

**T.C.
İZMİR KATİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİMDALI**

**KOBİ'LERDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN
LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ:
İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

AYŞE MERVE CİNGÖZ

İZMİR – 2018

**T.C.
İZMİR KATİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİMDALI**

**KOBİ'LERDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN
LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ:
İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

AYŞE MERVE CİNGÖZ

DANIŞMAN: PROF. DR. NEZİH METİN ÖZMUTAF

İZMİR – 2018

Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**KOBİ’lerde Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi: İzmir İlinde Bir Araştırma**” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

../12/2018

A.Merve CİNGÖZ



TS EN ISO
9001:2015

T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



TEZ/PROJE SINAVI TUTANAK FORMU

Dok. No: FR/604/21

İlk Yayın Tar.: 03.10.2017

Rev. No/Tar.: 00/..

Sayfa 1 / 1

GÖNDEREN : İşletme Anabilim Dalı Başkanlığı
GÖNDERİLEN : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim Dalımız Yüksek Lisans Programı öğrencisi Ayşe Merve CİNGÖZ ile ilgili Tez/Proje Sınav Tutanağı aşağıdadır.

Tarih:
Sayı :

Prof. Dr. Hayrettin MUSUL
İşletme Anabilim Dalı Başkanı
İmza

SINAV TUTANAĞI

Tez/Proje Sınav Jürimiz tarafından incelenen “KOBİ’lerde Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi: İzmir İlinde Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezi ile ilgili olarak jürimiz 29.11.2018 tarihinde toplanmış ve adı geçen öğrenciyi Tez/Proje Sınavına tabi tutmuştur. Sınav sonucunda adayın tezi hakkında OYÇOKLUĞU/OYBİRLİĞİ ile aşağıdaki karar verilmiştir.

KABUL

Kabul Edilen Yüksek Lisans / Doktora tezi:

- i) Bilime yenilik getirmiştir
ii)Yeni bir bilimsel yöntem geliştirmiştir
iii)Bilinen bir yöntemi yeni bir alana uygulamıştır
iv) Uygulama yapmıştır (sadece Yüksek Lisansta geçerlidir)

RED

DÜZELTME *

Tez Sınav Jürisi	Unvanı ve Adı Soyadı
Tez Danışmanı	Prof. Dr. Nezih Metin ÖZMUTAF
Üye	Doç. Dr. Evrim MAYATÜRK AKYOL
Üye	Dr. Öğretim Üyesi Ebru TOLAY
Üye	
Üye	

Eki : Tez Değerlendirme Formu (Her bir jüri için).

* Tez sınavında düzeltme kararı verilmesi halinde jüri tarafından öngörülen düzeltmelere ilişkin bir jüri raporu eklenmelidir. Düzeltmeler için Ek süre her defasında en fazla yüksek lisans öğrencileri için 3 ay, doktora öğrencileri için 6 aydır.

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KOBİ'LERDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ: İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Ayşe Merve CİNGÖZ

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Girişimcilik; son dönemlerde yaygın olarak kullanılmakta ve KOBİ'lerin gerek kendi bünyelerinde uygulanması gerekse bireysel izdüşümleri bulunan, risk alma unsuru ve liderlik özelliklerini içerisinde barındıran bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalar özellikle 2000'li yıllardan günümüze kadar artış göstermiş ve birçok başarılı örneğe imza atarak dikkatleri üzerine çekmekte yardımcı olmuştur. Bilhassa kadınların iş kurma maksadı ile çok çeşitli sahalarda sürdürülebilir girişimcilik örneklerine imza atmaları takdire şayandır. Tüm Dünya'da olduğu gibi ülkemizde de KOBİ'lerin ve kadın girişimcilerin gün geçtikçe girişimcilik literatürlerinde ve örneklerinde yer almaları durumu pozitif bir trend sergilemektedir.

Bu çalışmanın yapılış amacı kadın girişimcilerin başarılı işletmeler kurduklarını ve bunu yaparken girişimci liderlik özelliklerini kullandıklarını göstermektir. Bu çalışma sayesinde kadın girişimcilerin liderlik özelliklerine bakış açıları değerlendirilerek, iç dinamiklerini farkına varmaları sağlanacaktır. Kadın girişimci liderlik özelliği olarak bu çalışma neticesinde; işletme geliştirme faktörü ve alt bileşenleri, organizasyonel plan ve hedefler faktörü ve alt bileşenleri, durumsal analiz faktörü ve alt bileşenleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca yapılan demografik analizlerin çıktıları literatürde yapılan çalışmalar ile son derece benzerlik göstermektedir.

Kadın girişimciler için bu çalışmaya benzer ya da yakın nitelikte sayılabilecek liderlik özellikleri ile girişimcilik unsurunu birlikte analiz eden bir çalışma bulunamamıştır. Bu sebeple çalışmanın özgün olarak geliştirildiği düşünülmektedir. Çalışmamız amacına uygun olarak sonuçlanmıştır.

Çalışma sonucunda kadın girişimciliğinde birçok faktöre olan gereksinim gibi liderlik olgusuna da girişimciliğin özünde olan gereklilik bağlamında ihtiyaç duyulduğu ve pozitif yönde yeteneklerine katkı sağladığı görülmüştür. Görülen örnekler gibi başarılı kadın girişimcilerin sayıca artması ve teşvik mekanizmalarının kadınlar açısından daha cazip hale getirilerek etkinleştirilmesi KOBİ'ler ve dahası ülkemiz için oldukça faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, KOBİ, Kadın Girişimciliği, Liderlik, Liderlik Analizi

ABSTRACT

Master Thesis

ANALIZES OF THE FEATURES OF LEADERSHIP IN WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN SME'S: A RESEARCH IN IZMIR

Ayşe Merve CİNGÖZ

İzmir Katip Çelebi University

Graduate School of Social Sciences

Department of Business Program

Entrepreneurship; is widely used recently and it is confronted as a concept that is either implemented by in-house structures of SMEs or having individual projections and harboring the elements of risk taking and leadership. The studies done in this subject has continuously increased, especially from 2000's and has helped to draw attention by contributing to many successful examples. It is admirable that particularly women succeeding at many examples of sustainable entrepreneurship in a wide range of fields with the aim of starting a business. In-line with the rest of the world, the situation of SMEs and women entrepreneurs increasingly taking place in entrepreneurship literature and examples in our country shows a positive trend.

The purpose of this study is to show that women entrepreneurs establish successful enterprises and use entrepreneurial leadership features in doing so. Through this study, women entrepreneurs' perspectives on leadership characteristics will be evaluated and internal dynamics will be realized. As a result of this study as a female entrepreneur leadership feature; business development factor and its sub-components, organizational plan and objectives factor and sub-components, situational analysis factor and sub-components come to the fore. In addition, the results of the demographic analyzes are very similar to the studies in the literature.

For women entrepreneurs, there is no study analyzing the entrepreneurship element together with leadership characteristics that may be considered similar or similar to this study. For this reason, it is thought that the study was developed in a unique way. Our study has been completed in accordance with its purpose.

As a result of the current study, it has been seen that leadership is also needed in the context of the essence of entrepreneurship as well as the need for many other factors in women's entrepreneurship contributes positively to skills development. Increasing the number of successful female entrepreneurs and encouraging incentive mechanisms to make more attractive for women will be very beneficial for SMEs and more importantly for our country.

Key Words: Entrepreneurship, SME's, Women entrepreneurship, Leadership, Leadership Analyzes

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
TEZ SINAV TUTANAĞI	iii
ÖZET ve ANAHTAR KELİMELER	iv
ABSTRACT and KEYWORDS	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ	xvii
ÖNSÖZ	xviii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK, LİDERLİK VE KOBİ'LER

1.1 GİRİŞİMCİLİK	4
1.1.1 Girişimcilik ve Girişimci Kavramları.....	4
1.1.2 Girişimciliğin Temel Fonksiyonları	12
1.1.3 Girişimciliği Etkileyen Unsurlar	13
1.1.4. Girişimciliğin Avantajları ve Dezavantajları	13
1.1.5. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler	14
1.1.6 Girişimcilik Türleri.....	16
1.1.6.1 Mal ve Hizmetleri Üretme ve Pazarlama Açısından	17
i. Fırsat Girişimciliği	17
ii. Yaratıcı Girişimcilik.....	18
1.1.6.2 İşletme Çevresine Göre	19
i. Yerel Girişimcilik.....	19
ii. Bölgesel Girişimcilik	19
iii. Uluslararası Girişimcilik.....	19

1.1.6.3 Girişimciliğin Mülkiyeti Açısından.....	20
i. Özel Girişimcilik	20
ii. Kamu Girişimciliği.....	20
iii. Karma Girişimcilik	20
1.1.6.4 Pazardaki Konumuna Göre	21
i. Yenilikçi Girişimcilik.....	21
ii. Takipçi Girişimcilik	21
1.1.6.5 Sanal Girişimci, Tekno Girişimcilik	21
1.1.6.6 Girişimin Büyüklüğüne Göre	22
i. Büyük Girişimciler	22
ii. Orta ve Küçük Girişimciler	22
1.1.6.7 İç Girişimcilik.....	22
1.1.6.8 Kadın Girişimciler	23
1.1.7. Kadın Girişimci Kavramı	23
1.1.7.1 Kadın Girişimcileri Erkek Girişimcilerden Ayıran Yönler	26
1.1.7.2 Kadın Girişimcilerin Avantajları ve Dezavantajları.....	29
1.1.7.3 Türkiye’de Kadın Girişimciler	30
1.2. LİDERLİK	32
1.2.1 Liderlik Kavramı ve Tanımı	32
1.2.2 Liderlik Teorileri	33
1.2.2.1 Evrensel Liderlik Teorileri	34
1.2.2.1.1 Özellikler Teorisi.....	34
1.2.2.1.2 Liderlik Davranışı Yaklaşımı	35
i. Ohio State Üniversitesi Liderlik Çalışmaları	35
ii. Michigan Üniversitesi Liderlik Çalışmaları.....	36
iii. Blake ve Mouton Yönetim Tarzı Matriksi	37
iv. X ve Y Yaklaşımı	37
v. Sistem 4 Yaklaşımı.....	38
1.2.2.2 Durumsallık Teorileri	39
1.2.2.2.1 Fred Fiedler’in Durumsallık Yaklaşımı	40
1.2.2.2.2 Yol – Amaç Teorisi	40

1.2.3 Liderlik Yaklaşımları	41
1.2.3.1 Karizmatik Liderlik	41
1.2.3.2 Dönüştürücü Liderlik	42
1.2.3.3 Yenilik Liderliği	42
1.2.3.4 Otokratik Liderlik.....	43
1.2.4 Liderlerin Temel Nitelikleri	43
1.2.5 Liderlik ve Yöneticilik	45
1.2.6 Kadınlar ve Liderlik	46
1.3 KOBİ	47
1.3.1 KOBİ Kavramı	47
1.3.1.1 Dünyada KOBİ Kavramı.....	48
1.3.1.2 Türkiye’de KOBİ Kavramı	50
1.3.2 KOBİ’lerin Ekonomideki Yeri	54
1.3.3 KOBİ’lerin Temel Nitelikleri	59
1.3.4 KOBİ’LER ve Girişimcilik	61
1.3.4.1 KOBİ’ler ve Girişimcilik İlişkisi.....	61
1.3.4.2 KOSGEB Yeni Girişimci Desteği Unsurları ve Bileşenleri.....	62

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLER VE LİDERLİK

2.1 YÖNETSEL AÇIDAN KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE LİDERLİK	65
2.2 ORGANİZASYONEL AÇIDAN KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ ve LİDERLİK.....	69
2.3 BİREYSEL AÇIDAN KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ ve LİDERLİK.....	72

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOBİ'LERDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ: İZMİR ALAN ARAŞTIRMASI

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ	75
3.2 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI	76
3.3 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIĞI.....	78
3.4 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE TEKNİĞİ	78
3.5 ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	80
3.6. ÖLÇÜM ARACININ GÜVENİRLİĞİ VE GEÇERLİĞİ.....	81
3.7 ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN VERİLER VE ANALİZİ	88
3.7.1 Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilere Dayalı Profil	88
3.7.1.1 Kadın Girişimcilerin Yaşları	88
3.7.1.2 Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları.....	89
3.7.1.3 Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları	90
3.7.1.4 Kadın Girişimcilerin İşletme Sektörleri	91
3.7.1.5 Kadın Girişimcilerin İşletme Statüleri	94
3.7.1.6 Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları	95
3.7.1.7 Kadın Girişimcilerin İşletme Kuruluşları.....	97
3.7.1.8 Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri.....	98
3.7.1.9 Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri	99
3.7.1.10 Kadın Girişimcilerin İşletme Personel Türleri	101
3.7.1.11 Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri	102
3.7.1.12 Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedeni	103
3.7.1.13 Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşları Tercihleri.....	104
3.7.1.14 Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşları Tercih Nedenleri	105
3.7.1.15 Önergeler Kapsamında Tek Örnek T Testi	106
3.7.1.16 Faktörler Kapsamında Tek Örnek T Testi.....	108
3.7.1.17 Faktör Grupları Arası İlişki Düzeyleri	109
3.7.1.17.1 İşletme Geliştirme Faktörünün İlişki Düzeyleri.....	109
3.7.1.17.2 Örgütsel Etkileşim Faktörünün İlişki Düzeyleri	110

3.7.1.17.3 Organizasyonel Plan ve Hedefler Faktörünün İlişki Düzeyleri.....	110
3.7.1.17.4 İletişim Süreçleri Faktörünün İlişki Düzeyleri	111
3.7.1.17.5 Durumsal Analiz Faktörünün İlişki Düzeyleri	111
3.7.1.17.6 İnovatif Yetenekler Faktörünün İlişki Düzeyleri	112
3.7.1.17.7 Karar Süreci Faktörünün İlişki Düzeyleri	112
3.7.1.17.8 Bireysel Yeterlilik Faktörünün İlişki Düzeyleri.....	112
3.7.1.17.9 Uzmanlaşma Faktörünün İlişki Düzeyleri.....	112
3.7.1.18 Çapraz Tablo Analizleri	115
SONUÇ.....	122
KAYNAKÇA	128
ANKET	142
ÖZGEÇMİŞ	144

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Girişimcilik/Kadın Girişimcilik Yazın Taraması, Kavram ve Açıklamaları...	10
Tablo 2: Girişimcilerin Temel Özellikleri.....	16
Tablo 3: Kadın Girişimcilerle İlgili Literatür Çalışmaları	25
Tablo 4: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar	28
Tablo 5: Türkiye’de Girişimcilik	30
Tablo 6: Liderlik Fonksiyonları	44
Tablo 7: Yönetici ve Lider Ayrımı.....	46
Tablo 8: AB KOBİ Sınıflandırması	48
Tablo 9: Türkiye’de 2005 yılı öncesinde KOSGEB’ce kullanılan KOBİ Tanımları.....	51
Tablo 10: Türkiye’de 2005 yılı öncesinde DİE’nce kullanılan KOBİ Tanımları	51
Tablo 11: Türkiye’de 2005 yılı öncesinde Halkbank tarafından kullanılan KOBİ Tanımları.....	52
Tablo 12: Türkiye’de KOBİ’lerin Sınıflandırılması	53
Tablo 13: Türkiye’de İşletmelerin Sınıflandırılması.....	54
Tablo 14: Ana Faaliyet Kodlarına KOBİ’lerin Sektör Payları	56
Tablo 15: Ana Faaliyet Kodlarına Göre GSYH ve Sanayi’nin Aldığı Pay.....	57
Tablo 16: Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ’lerin Yeri	58
Tablo 17: KOBİ’lerin Nitel ve Nicel Kriterleri.....	60
Tablo 18: KOSGEB Yeni Girişimci Desteği	63
Tablo 19: Kadın Girişimcilerin Liderlik Özellikleri	74
Tablo 20: Faktör Güvenirlik Analizi.....	82
Tablo 21: İşletme Geliştirme Faktörü Güvenirlik Analizi	83
Tablo 22: Örgütsel Etkileşim Faktörü Güvenirlik Analizi.....	84
Tablo 23: Organizasyonel Plan ve Hedefler Faktörü Güvenirlik Analizi.....	84
Tablo 24: İletişim Süreçleri Faktörü Güvenirlik Analizi	85

Tablo 25: Durumsal Analiz Faktörü Güvenirlik Analizi	85
Tablo 26: İnovatif Yetenekler Faktörü Güvenirlik Analizi.....	86
Tablo 27: Karar Süreci Faktörü Güvenirlik Analizi.....	86
Tablo 28: Bireysel Yeterlilik Faktörü Güvenirlik Analizi	87
Tablo 29: Uzmanlaşma Faktörü Güvenirlik Analizi.....	87
Tablo 30: Gelişim Faktörü Güvenirlik Analizi	87
Tablo 31: Kadın Girişimcilerin Yaşları.....	89
Tablo 32: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları	90
Tablo 33: Kadın Girişimcilerin İşletme Sektörleri.....	93
Tablo 34: Kadın Girişimcilerin İşletme Statüleri	95
Tablo 35: Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları.....	96
Tablo 36: Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri	99
Tablo 37: Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri	100
Tablo 38: Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenleri	104
Tablo 39: Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercih Nedenleri.....	106
Tablo 40: Önermeler Kapsamında Tek Örnek T Testi.....	107
Tablo 41: Faktörler Kapsamında Tek Örnek T Testi	109
Tablo 42: Faktör Grupları	113
Tablo 43: Faktörlere Göre Pearson Korelasyonu	114
Tablo 44: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Esnek Olma, Yeniliğe ve Gelişime Açık Olmaları Arasındaki İlişki.....	118

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Ohio State Üniversitesi Yaklaşımı.....	36
Şekil 2: Kadın Girişimcilerin Yaşları.....	89
Şekil 3: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları	90
Şekil 4.1: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları.....	91
Şekil 4.2: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları.....	91
Şekil 5: Kadın Girişimcilerin İşletme Statüleri	95
Şekil 6.1: Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları.....	96
Şekil 6.2: Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları.....	96
Şekil 7.1: Kadın Girişimcilerin İşletme Sayılarına Göre Kuruluş Yılları	98
Şekil 7.2: Kadın Girişimcilerin Yüzdelerine Göre Kuruluş Yılları	98
Şekil 8.1: Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri	99
Şekil 8.2: Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri	99
Şekil 9.1: Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri.....	100
Şekil 9.2: Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri.....	100
Şekil 10.1: Kadın Girişimcilerin Personel Türleri	101
Şekil 10.2: Kadın Girişimcilerin Personel Türleri	101
Şekil 11.1:Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri	102
Şekil 11.2:Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri	102
Şekil 12: Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenleri	104
Şekil 13: Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercihleri	105
Şekil 14: Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercih Nedenleri.....	106
Şekil 15: Kadın Girişimcilerin Yaşları ve Yeterli Deneyime Sahip Olmaları Arasındaki İlişki	115
Şekil 16: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kurumsallaşma Çalışmaları Arasındaki İlişki.....	116

Şekil 17: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Markalaşma Çalışmaları Arasındaki İlişki	117
Şekil 18: Kadın Girişimcilerin İşletme Personel Türleri ile Çalışanı Etkileyebilmeleri Arasındaki İlişki	119
Şekil 19: Kadın Girişimcilerin Yaşları ile Özgüven Sahibi Olmaları Arasındaki İlişki	120
Şekil 20: Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri ile Risk Alabilmeleri Arasındaki İlişki	121



KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
AKT	: Aktaran
ASQ	: Amerikan Kalite Derneği
GEM	: Küresel Girişimcilik Monitörü
GİSEP	: Girişimcilik Stratejisi Eylem Planı
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
İŞGEM	: İşletme Geliştirme Merkezi
KAGİDER	: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÜSGET	: Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı
KÜSGEM	: Küçük Sanayi Geliştirme Merkezi
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
SME	: Small and Medium Enterprises
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı
TL	: Türk Lirası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

ÖNSÖZ

Çalışmanın her aşamasında tavsiye ve yönlendirmeleri ile büyük katkı sağlayan değerli danışmanım Prof. Dr. Nezih Metin ÖZMUTAF' a çok teşekkür ederim. Bunun yanı sıra; her türlü desteği esirgemeyen kıymetli eşim Dursun CİNGÖZ' e, bugünlere erişmeme vesile olan anneme, babama ve tüm aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ayşe Merve CİNGÖZ



GİRİŞ

Cumhuriyetin ilk yıllarından günümüze ülkemizde her sahada kadın rolünü görmek mümkün olmuştur. Son dönemlerde özellikle girişimcilik alanında sarf edilen emek ve gösterilen titizlik sayesinde kadının kendi ayakları üzerinde duran tavrına bir de iş yeri sahipliği ya da kendi işini kurma faktörü eklenince merak edilen araştırma konularından biri haline gelmiştir. İşte bu nedenlerle yapılan bu çalışmada kadın girişimcilerin girişimciliğin ana etkenlerinden biri olan liderlik tutumları değerlendirilmiş ve sonuçları paylaşılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde; “Girişimcilik” kavramının literatürde ne anlamları taşıdığı, “Girişimcilik” türlerinin neler olduğu konularına değinilecektir. Girişimcilerin taşıması gereken özelliklerin, geçirdiği aşamaları, tarihçesinin ne olduğu ve de türlerinin neler olduğu ile devam edilecektir. Ayrıca çalışmanın en önemli noktasında yer alan “Kadın girişimciler” konusuna yer verilecektir.

Birinci bölümün ikinci kısmında genel olarak “Liderlik” kavramının irdelenmesini amaçlamakta olup literatürde taşıdığı anlamları, “Liderlik” teorileri ve yaklaşımları, temel nitelikleri ve benzer kavramlar ile farklılıkları konularına değinilecektir.

Birinci bölümün üçüncü ve son kısmında ise; KOBİ kavramı ele alınacak olup, KOBİ’lerin çeşitli kurum ve kuruluşlarca kabul görmüş tanımlamalarına ve özelliklerine yer verilecektir. KOBİ sınıflandırmasında yer alan girişimciler üzerinde değerlendirmelerde bulunduğundan bu kısımda ayrıca KOBİ’ler ve girişimcilik ilişkilerine de değinmek kaçınılmaz olmuştur. Girişimcilere verilen desteklerden KOSGEB’in yeni işletme kuruluşu için girişimciliğe özendirme adına sağladığı destek unsurları ve ayrıntıları anlatılacak ve birçok girişimciye ışık tutabilecektir.

İkinci Bölüm; çalışmanın ana unsuru olan iki kavramı tek çatıda sunmakta olup, kadın girişimciler ve liderlik ilişkisini üç farklı perspektiften değerlendirmektedir. Bunlar; yönetsel açıdan, organizasyonel açıdan ve bireysel açıdan kadın girişimciliği ve liderlik olmuştur.

Üçüncü ve son bölüm olarak; çalışmanın metodolojisi ve çalışmanın bulgularına dönük kısım yer almaktadır. “KOBİ’lerde kadın girişimciliğin liderlik özelliklerine etkisinin analizi” yapılan saha çalışması üzerinden elde edilen çıktılar ile analizi yapılacak olup, çıktıları üzerine değerlendirmelerde bulunulacaktır.

Bu çalışmanın; her türlü sektörde faaliyet gösteren girişimci KOBİ’lere, emek ve sermayesi ile hayallerini gerçeğe erdiren girişimci kadınlara ve girişimcilik üzerine ilgi besleyen araştırmacılara faydalı olacağı ve benzer çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK, LİDERLİK VE KOBİ'LER

Girişimcilik kavramı gün geçtikçe dünya üzerinde olduğu gibi ülkemizde de yoğunlaşmaktadır. Girişimcilik yalnızca risk almak demek olmadığı gibi liderlik, bağlılık, kararlılık, azim, başarıya isteği, belirsizliğe karşı tolerans, yenilik, fırsat yönetimi ve fırsat öngörüsü gibi unsurları içerisinde bulundurabilen bir tutum olarak ifade edilebilir. Girişimcilik, ekonomik gelişme ve kalkınmayı etkileme özelliği göz önüne alındığında ne kadar etkin bir unsur olduğu görülecektir. Rekabetin yüksek seviyelerde seyrettiği bu dilimde, başarılı bir girişimcilik örneği sergilemek ve girişimci KOBİ'lerin sürdürülebilir bir başarı seviyesine bu unsurlardan yalnızca biri ile değil birçoğu ile ulaşması ve tutunması oldukça önemli olabilmektedir. Girişimcilik gözü kara yahut hayalperest adımlarla işe başlamak demek olmadığı gibi azim ve risk alma söz konusu olmadığında da başarıya ulaşmak mümkün olmayabilir. Dolayısıyla başarılı bir girişimcinin taşıması gereken unsurlar merak edilmekte ve çeşitli çalışmalara konu olabilmektedir. Ayrıca girişimcilerde bulunması gereken özelliklere göz atıldığında liderlik vurgusu ve liderlik özelliklerinin yer alması gerekliliği hemen her çalışmada gösterilebilir.

Bu bölümün ilk kısmında girişimcilik kavramı üzerinde durulacaktır. Girişimcilik kavramının temel doneleri özetlenecektir tanımları paylaşılacak daha sonra girişimcilik türlerinden bahsedilecektir. Bunu takiben, girişimcilik kavramının ortaya çıkardığı avantajları, dezavantajları, önemine değinilecek olup ardından temel fonksiyonları ile beraber çalışmaya konu olan kadın girişimci kavramı tartışılacaktır. Kadın girişimcilerin erkek girişimciler ile olan benzerliklerinin mevcut ise neler olduğu, farklarının ise hangi noktalarda ayrım teşkil ettiğine yer verilecektir.

Bölümün ilerleyen kısmında çalışmaya konu diğer bir kavram olan liderlik ele alınacaktır. Kavramsal tanımı yapılarak günümüze uzanan çeşitli teori ve yaklaşımlar paylaşılacaktır. Kadınların liderlik kavramındaki yeri ve önemi ile ilerleyen bölüme akabinde girişimcilerin küçük ve orta ölçekli işletmeler ile çıktıkları yolculuk göz önüne alındığında hiç şüphesiz KOBİ kavramı karşımıza çıkacaktır. KOBİ kısmında; Türkiye ve dünyadan KOBİ tanımları, KOBİ'lerin ekonomideki yeri ve önemi, KOBİ'lerin nitelikleri ve özellikleri sırası ile yer bulacak olup, devamında KOBİ'lere ve kadın girişimcilere yönelik “Yeni Girişimci Desteği” adı altında sunulan KOSGEB'in ilgili desteği önemli bir fırsat olarak bahse konu olacak ve bölüm nihayet bulacaktır.

1.1 GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik, son yıllarda tartışılan bir konu ve kavram olmuştur. Özellikle ekonomide ekonomik büyümenin ivme kazanmasında, yenilikçi süreçlerde, katma değer oluşturulmasında ve rekabetin tahsisinde son derece önemli bir rol oynadığı ifade edilebilir. Girişimcilik; kar ve zararını üstlenerek ekonomik konjonktürde belli bir sahada ticari faaliyet gösterme tutumu olarak belirtilebilir. Girişimci ise bu tutum ve rolün sahibi olan kimse olarak gösterilebilir.

1.1.1 Girişimcilik ve Girişimci Kavramları

Girişimci ve girişimcilik olgusuna atfedilen önem ekonomide üstlendikleri rolün önemiyle ilintili olduğu belirtilebilir. Dünya'da çoğu ülkede dinamizmi ve yeniliği tesis etmede girişimciler son derece önemli görülebilmektedir. Büyük bir resmin küçük parçaları olan girişimcilerin istihdamın artırılmasında, yenilik ortaya çıkarmada, katma değer yaratmada, risk almada, başarılı organizasyonlar kurmada ve fonksiyonel ortaklıklar geliştirmede, yeni iş sahalarına kapı aralamakta rol oynadığı söylenebilir. Girişimcilerin çıktığı yol başlangıç anından başarısız oldukları anlar dahil olarak *girişimcilik* olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla girişimci ve girişimcilik kavramları iç içe fakat birbirinden ayrılan kavramlar olarak gösterilebilecektir.

Genel olarak girişimcilik, çevresel faktörlerin oluşturmuş olduğu fırsatları takip ederek bunlardan yararlanmak ya da yeni fırsatları oluşturmak amacıyla, bireysel yeteneklerini işin içerisine katarak risk almak ile üretim faktörlerini bir araya getirme ve bunları yönetme yeteneği ile yeni deneyimlerde bulunulması olarak ortaya konabilir. Hisrich, girişimciliği, finans, gerekli zaman ve çabayı harcayarak sosyal ve ekonomik riskleri üstlenerek ortaya çıkan ödülleri alma ve değer yaratma süreci olarak değerlendirmektedir (Hisrich, 2000: 94-95).

Girişimci kavramının bilinen ve çoğunluk tarafından akademik çerçevede kabul gören ilk tanımı 1755 yılında İrlandalı bir ekonomist olan Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon, girişimciyi henüz belirlenmemiş bir bedel ile satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlamaktadır (Özkul, 2008: 6). Literatürde ilk olarak yer alması ve kabul gören bir tanım olmasından dolayı girişimcilik tanımı son derece önemlidir. Cantillon'a göre girişimci; kar elde etme amacıyla riskini üstlenerek bir işi organize eden, henüz belli olmayan pazar koşullarında belli olacak bedel ile satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve bunları üreten kişi olarak ifade edilmektedir (Özkul, 2008: 21). Cantillon, "Genel Olarak Ticaret Üzerine Deneme Eseri"nde girişimciliğin risk alma özelliğini veyahut girişimcinin risk alma vasfını da vurgulamaktadır (İraz, 2005: 149-150).

Bir iktisatçı olan Jean Baptiste Say 1803 yılında bu tanımı daha genişleterek; girişimcinin risk üstlenme eğiliminin yanında üretim faktörlerinin organizasyonunu ve yönetimini gerçekleştirme niteliklerine de sahip olması gerektiği üzerinde durmuştur. Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say ile beraber girişimcilik üretim faktörlerinin dördüncüsü olarak anılmıştır. Böylece; üretim faktörleri olan emek, sermaye, doğa faktörlerine girişimcilik ilave edilmiştir (Bozkurt, 2011: 5).

Schumpeter benzer konuda çalışmalar gerçekleştirerek "dinamik girişimci" kavramını literatüre kazandırmıştır. Dinamik girişimci; tedarik kaynakları, satış piyasaları, ürünler, süreçler ve organizasyon şekillerinde yeni yöntemleri uygulayarak eski yerine yenisini ikame eden, eskiyi bir yan bırakarak daha verimli ve etkin olabilecek yolları ve yöntemleri deneyerek yaşayan kimsedir. Bir diğer ifade ile "yıkıcı yaratıcı" "creative destruction" kavramına değinmiştir. Girişimci bu yönü ile

ekonomik büyümenin katalizörü ve dinamik bir aktörü durumuna gelmektedir (Kara, 2009: 466). Ayrıca Schumpeter girişimci kişiyi yenilik peşinde olan ve henüz denenmemiş teknolojileri geliştiren, buluş gerçekleştirerek veya yeni ürün için yeni üretim tekniği geliştiren ya da var olan bir ürünü yeni yöntemler ile harmanlayarak ya da endüstrileri yeniden düzenleyerek üretimin tüm yöntemlerinde ve aşamalarında reform gerçekleştiren devrimci kişi olarak görür (Schumpeter, 1975: 132).

Girişimcilik teorisine çok önemli katkılar sağlayan Hisrich, Peters ve Shepherd (2008) girişimciyi; “emeği, hammaddeyi ve diğer girdileri mevcudundan daha büyük çıktı ve etki yaratacak biçimde bir araya getiren kişi” olarak tanımlamaktadırlar. Buna göre girişimcilik; parasal ve psikososyal riskler üstlenmeyi göze alarak zaman ve çaba harcayarak farklı bir değer yaratma ve sonucunda kişisel doyuma ve bağımsızlığa ulaşma sürecidir. Yani Hisrich ve Peters girişimci kişiyi; emek, hammadde ve diğer varlıkları bir araya getirip oluşturdukları değerini yanı sıra yeniliği içeren sistemin kurucusu ve yeni düzenin yaratıcısı olarak görmektedir (Hisrich ve diğerleri, 2008: 8).

Bazı tanımlarda girişimciliğin özellikle inovasyon ve yenilikle bir araya getirilmesi günümüzde oldukça yaygın olarak görülebilmektedir. Piyasa ekseni bazı tanımlarda daha önce kimsenin bilmediği bazı alternatiflerin fark edilmesi ya da yeni alternatiflere zemin hazırlanarak ortaya çıkarılması şeklinde de açıklanabilmektedir. Yenilik kavramını girişimcilikte en geniş kapsamda ve ilk kez ele alan alan kişinin Joseph A.Schumpeter olduğu ifade edilebilir.

Müftüoğlu ve Durukan’a göre (2004: 15) girişimci; üretim faktörlerini toplulaştırarak, iktisadi mal ve hizmet üretiminde gerekli organizasyonu sağlayan, üretim için gerekli maddi rezervleri bulan ve üretimin sevk edileceği pazarları keşfeden kişidir.

Knight, girişimcilik kavramını risk ve belirsizlik arasındaki ayrımı somutlaştırarak açıklamaya çalışmıştır (Langlois ve Cosgel, 1993: 450). Kirzner ise girişimciliğin ekonomik boyutuna değinmiştir ve girişimcinin ekonomik sorunlarda çözüm rolü üstlendiğini belirtip ekonomik kalkınmada kamu politikaları ve eğitim programlarının yararı ile önemli bir unsur olduğunu belirtmiştir (Kirzner, 2008: 1-2). Bygrave ve Hofers’a göre girişimci, fırsatları öngörerek bu fırsatların doğrultusunda

işletmesini kurup işlerini şekillendiren kişidir (Mueller ve Thomas, 2001: 53). Kar ve büyümenin hedefi ile iş kuran ve yöneten ayrıca yenilikçi davranış ve stratejik yönetim uygulamalarını gerçekleştiren kişi olarak beliren tanım da Gartner tarafından yapılmıştır (Gartner, 1988: 23).

Tanımlar birbirinden farklılıklar içermesine karşın, belli başlı ortak noktaların hakim olduğunu söylemek mümkün olabilecektir. Bu kesişim noktalarının neler olduğuna bakılacak olursa; risk alma ve riskten kaçmama, fırsatların peşinden koşma, kendi hayalini gerçekleştirme, yeni iş kurma, yeni ürün piyasaya sürme, inovasyon oluşturma, değer katma vb. olarak sayılabilir.

Morrison ve arkadaşları tarafından girişimcilik, yaratıcılık ve yenilikçiliği kullanarak bu kavramlar ile değişimi harekete geçirme olarak algılanmış olup yenilikleri ve değişimi başlatma özelliği girişimcilere atfedilmiştir (Morrison ve diğerleri, 2005: 9). Drucker ise girişimciliği, belirli bir amaca yönelik değişim yaratma çabaları ile bilinmeyen strateji ve yeni yöntemlerin uygulanması olarak ifade etmektedir (Cansız, 2013: 14-15).

Harvard Business School 1983 yılında yapılan çeşitli oturumları sonucunda akademik katılımcıların üzerinde hem fikir oldukları girişimcilik tanımını geniş biçimde ele almayı başarmıştır. Bahsedilen çalışmalara göre girişimcilik; yenilikçi ve önemli iş fırsatlarının farkına vararak, iş ile risk alma yönetiminin uyarlanması ve söz konusu işin başarı ile yürütülmesini sağlayacak yönde sosyal, maddi, hammadde girdisi ve malzemelerini hızla üretime sevk etmek için işletmede gereken iletişim, yönetim kabiliyeti ve bunların uygulamaları ile birey ya da bireylerin organizasyonlarında ilave değer yaratma çabasıdır (Döm, 2008: 8).

19. yüzyılın sonlarında 20. yüzyılın başlarında girişimcilere yöneticilik rolü de atfedilerek tanımlamalar yapılmış ve çoğunlukla ekonomik perspektiften çeşitli girdileri kullanarak üretim yapan, risk alan kimse olarak bakılmıştır. 20. yüzyılın ortalarına doğru girişimciliğe yenilikçilik özelliği de atfedilmeye başlanmıştır. Böylelikle girişimcinin reformist bir tutuma büründüğü değerlendirilmiştir (Hisrich, Peters ve Shepherd, 2008: 7).

Girişimcilik, iş odaklı fikirlerin eyleme dönüştürülmesini anlatır. Yaratıcılık, inovasyon, yenilik, risk alma, sorumluluk üstlenme, amaçlarına ulaşma, liderlik etme, iletişim kurma gibi kavramları da içerdiği söylenebilir. Girişimciliğin günümüzde sıkça çalışmalara konu olmasının arkasında yatan sebep günlük hayatta, çalışma yaşamında ve toplum içerisinde çalışanların ve bireylerin sosyal ve ticari tüm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde ortaya çıkabilecek fırsatları daha iyi anlama ve algulamalarına yardımcı olan girişimci bakış açısının kişiye farklı bir boyut kazandıran bir kavram olması olarak ortaya konabilecektir.

Dünyada girişimcilik konusunda çok sayıda çalışmalara imza atan Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM) ise girişimciliği bir kişi, grup ya da bir işletme tarafından, yeni bir iş kurarak, yeni bir faaliyete geçerek ya da mevcut bir işi geliştirerek yeni bir girişim oluşturma teşebbüsü olarak tanımlamaktadır (GEM, 2011: 47).

Girişimcilik alanında yapılan çalışmalarda çeşitli araştırmacılar tarafından girişimcilik farklı perspektiflerle yorumlandığı görülebilmektedir. Dinçer ve Fidan (2012) girişimciyi; mal ya da hizmet üretmek ve söz konusu malı pazarlamak için maddi olanakları kendisine ait olan veya farklı kurum ve kişilerden sağladığı anapara ile üretimin tüm süreçlerini tamamlayan, süreçte ortaya çıkabilecek kar veya zararı göze alan kişi vurgusunu yaparken, Çetindamar (2002) ise girişimciliği; risk almaya yatkınlık, fırsatları kovalama ve takip etme, gerçeğe dönüştürme ve yenilik oluşturarak ilave değer meydana getirme süreçlerinin bütününe kapsamı açısından irdelemiştir.

Girişimci sürecin içeriğinde altı periyot mevcuttur. Bunlardan fırsatı saptama ve fikri geliştirme aşamaları girişimci sürecin düşünce safhasıdır. Henüz girişimleşen bir unsur yoktur fakat girişimci piyasa içerisinde kar elde edilebilecek potansiyel yolları irdeler. Bu potansiyel karı parasallaştırmaya çalışmak girişimcinin vazifesidir. Kalan safhalar ise uygulamaya dönüktür. Kaynakları belirler, elde etmeye uğraşır ve girişimci fikrini uygulama döker. Nihayet bu safhalar takip edildiğinde; aldığı risk neticesinde getirilerini elde edecektir. Girişimci bu süreçleri takip ederken her ne kadar risk alıcı ve inovatif tutumları sürecin başlarında gerekiyor gibi görünse de bu tutumları tüm süreçlerde sürdürmesi gerekmektedir.

Girişimci sürecin altı aşaması aşağıda verilmektedir (Morris ve diğerleri, 2001: 40):

- Fırsatı saptamak;
- Fikri geliştirmek;
- Gerekli kaynakları belirlemek;
- Gerekli kaynakları elde etmek;
- Fikri uygulamak ve yönetmek;
- Girişimin getirilerini elde etmek.

Tüm bahse konu bileşenler son derece önemli olarak görülebilecektir. Yalnızca fırsatları gözlemek ve çeşitli tespitler yapmak yeterli olmayacak, doğru adımlar atarak aksiyonda bulunulmadan girişimcilik süreci tamamlanamayabilir. Fırsat unsuru en çok söz edilen kavram olmakla beraber, fırsatın bulunması ya da yeni oluşturulması girişimcinin tercihine kalabilecektir. Fırsatların takip edilmesi de girişimciliğin kilit bir noktası olarak ifade edilebilir. İnsanlar girişimcilikle; etkin bir biçimde değer yaratmak, fakirlikten kaçınmak, sosyal ve ekonomik gelişim katetmek amaçları için ilgilenirler (Bruton, Ketchen ve Ireland, 2003; Akt., Bullough, Luque, Abdelzaher ve Heim, 2015: 250).

Girişimcilere ekonomik ve sosyal hayatta pek çok rol düşebilmektedir. Özellikle gelişen ekonomik koşullarda girişimcilik gittikçe önem kazanmakta, çok boyutlu bir hal alarak kavram ve içerik olarak zenginleştiği değerlendirilebilir. Ekonomik, sosyolojik ve psikolojik alanlarda girişimcilik ile alakalı çalışmalar yapıldıkça girişimcilik konusu literatürde derinlik kazanabilecektir.

Çalışmalar artırıldıkça zamana yaygın olarak özellikle modern girişimcinin işlevlerinin farklı yönlere doğru ilerlediği görülebilecektir. Tablo 1’de girişimci ve girişimcilik üzerine yapılmış çeşitli araştırmalar taranmış olup özetlenerek sunulmaktadır.

Tablo 1: Girişimcilik/Kadın Girişimcilik Yazın Taraması, Kavram ve Açıklamaları

Araştırma sahibi	Yıl	Yaklaşım	Örneklem	Kavram	Açıklama
Scheinberg ve Macmillan	1988	Nicel	138 girişimci	Girişimci olmaya iten nedenler	Kabul görme ihtiyacı, gelir aracı olması, kendin, geliştirme isteği, bağımsız olma ihtiyacı, toplumu geliştirme dinamiği, çıkış yolu.
Litunen	2000	Kavramsal	-	Girişimciliğin karakteristikleri	Kendi kendisinin patronu olma isteği, maddi ve manevi edimler, kendi geleceğini şekillendirme isteği, esnek iş koşullarına sahip olmak, iş fırsatlarını değerlendirme isteği.
Shane, Kolvered ve Westhead	1998	Nicel	14 ülke	Girişimcileri iş kurmaya iten nedenler	Bağımsız olma isteği, kabul görme isteği, öğrenme isteği, aile geleceğini devam ettirme düşüncesi.
Zapalska ve Fogel	1998	Kavramsal	-	Kadın girişimcilere özgü karakteristikler	Dinamik, etkin, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve amaç yönelimi sahibi olmaları.
Zhao	2005	Kavramsal	-	Kadın girişimci özellikleri	Hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme.
Hisrich ve Brush	1984	Nicel	-	Kadınları iş kurmaya yönlendiren nedenler, kadınların yönetsel becerileri	Bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme isteği, kendi işinin patronu olma isteği, aile ve iş hayatı unsurları arasında denge kurma onları iş kurmaya yönlendirir. Finans sermaye alanlarında kadınları nispeten yetersiz oldukları aksine envanter, üretim ve işe yönelik teknik alanlarda iyi, insan ilişkileri, yönetim, eğitim ile pazarlama araştırmasında çok iyi, yeni ürün ve yeni fikir konusunda ise mükemmel oldukları bulgularına erişilmiştir.
Hatten	1997	Kavramsal	-	Kadınları girişimciliğe yönelten nedenler	Öğrenim düzeyinin yükselmesi ile kadının iş yaşamındaki artan sayısı, orta yönetim kadrolarında yer alan kadının iş kaybetme düşüncesi, kendi kendinin patronu olmak, rol model alınacak kadın girişimcilerin artması, cam tavan etkisi ile yükselememeleri.
D.P. Moore		Kavramsal	-	Kadın girişimcilerin tasnifi	Geleneksel kadın girişimci; yaşları 35-45 arasında, evli, ülke ortalamasına göre iyi bir eğitim sahibi, yeni kurulmuş perakende ticaret yahut hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir işletmesi onun ilk deneyimi olan, kişisel tasarrufları ve birikimleri ile bu işe sahip olan girişimcidir. Modern kadın girişimci; işletme yönetimi konusunda bilgi sahibi ve erkeklerin fazla olduğu kesimlerde meşgul olan girişimcidir.

Goffe ve Scase	1985	Kavramsal	-	Kadın girişimci tipolojisi	Geleneksel girişimci; işini fazla büyütmeyi dert etmeden ev-iş dengesini başarıyla sürdürme gayesinde olan türüdür. Yenilikçi girişimci; girişimcilik idealleri cinsiyet rolünün üzerinde seyreden işletme büyümesini misyon edinen türüdür. Evcimen girişimci; geleneksel cinsiyet rolleri girişimcilik ideallerinin üzerindedir ve girişimcilik yan iş olarak belirir. Köktenci girişimci; iş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların geri plana atılmaması için işini buna araç olarak kullanan tipidir.
Delmar ve Holmquist	2003	Kavramsal	-	Kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden farkları	Kadın girişimciler işyerlerinin genelde hizmet sektöründe, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler, sağlık alanlarında olduğu buna karşın erkeklerin işlerinin genellikle imalat ve inşaat sektöründe kuruldukları belirtilmiştir. Kadın girişimciler erkeklerle nazaran daha düşük hedeflere sahip olma eğilimindedirler.
Minniti ve Arenus	2003	Nicel	37 ülke	Kadınların girişimciliğini etkileyen faktörler	Demografik çevre faktörü, aile yapısı, okur-yazar ve eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik çevre, işgücü ve istihdam, cinsiyet ve örgütsel biçimler ve sektörel istihdam ve ekonomik gelişme faktörleri etkilemektedir.
Çelik ve Özdevecioğlu	2001	Nicel	Nevşehirde yaşayan kadınlar	Kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunlar	Ev içi ve dışı rollerin çatışması, öz güvensizlik, tecrübe deneyim yetersizliği, geleneksel toplumsal baskı, başarısızlık beklentisi, farklı davranış ve ortaklık kurmada güçlük yaşama sorunları yaşamaktadırlar.
McClelland	1961	Kavramsal	-	Girişimcilik tanımlaması	Çeşitli konularda yetenekli olma ve kar için riskleri göze alma, enerjik ve dinamik olma, sorumluluk sahibi olma, aldığı kararların başarısının parasal karşılığını alma yeteneği, geleceği öngörme ve tutarlı tahminler yapabilme, organizasyon yeteneği, kendilerine prestij sağlama ve aldıkları risk karşılığında kişisel yarar elde etme.

1.1.2 Girişimciliğin Temel Fonksiyonları

Girişimci yapacağı girişimlerde birçok unsuru birlikte yürüterek çalışmalarını sürdürür. Konu ile ilgili yapılan her çalışmada girişimci ruhun fonksiyonları sayılmaktadır. Sayılan unsurlar değişkenlik gösterse de hepsinin temelinde yer alan konular; ilk olarak piyasadaki seyri doğru analiz etmek, çevresel trendleri takip etmek ve buna karşılık olarak doğru pozisyonu almak, ikinci olarak ürünlerde hizmetlerde yenilik tesis etmek ve iş yapmanın yeni yollarını aramak, son olarak ise büyümek yer almaktadır (Marangoz, 2008: 8).

Değer üreten öz değerliliğe sahip bir girişimcide bulunması gereken 5 ana unsur olmadan lider bir girişimciden söz edilemeyecektir (Ledow, 2015: 37):

- z farkındalık
- Girişimlerin temelleri için gerekenler
- İlişki kurma
- Motivasyon
- Değerşen liderlik algısı

Farklı çalışmalardan yola çıkıldığında ise girişimci düşüncenin temelde dört ana unsuru olduğu grlmektedir. Bunlar; yenilikçi ve yaratıcı olma, risk alma, nc olma ve rekabetçi düşünmedir. (Başar, Tosunoğlu ve Demirci, 2001: 89).

Başarılı bir girişimcinin yerine getirdiği başlıca fonksiyonlar; ekonomik anlamda bir mal veya hizmet üretmek, yeni üretim teknikleri ve modelleri uygulayabilmek veya geliştirebilmek, endüstride yeni organizasyonlar kurmak, yeniliği ve değerşimi iş hayatına aktarmak ve yeni üretim için yeni kaynaklar ve imkanlar bulmak olarak belirtilmiştir (Kaya, 2009: 49). Marangoz (2008) ise girişimciliğin temel fonksiyonlarını sayarken farklı olarak içeriğine büyüme faktörünü de ilave etmiştir (Marangoz, 2008: 8). Çünkü bir girişimci yerinde sayarak ya da geri giderek karakterinde yer alan rekabet, hırs ve azim olgusunu belli bir süre sonunda kaybedebilir.

Yapılan alışmalar bir araya getirildiğinde aşağıda yer alan maddeler girişimcinin temel fonksiyonları sınıflandırmasını ortaya koymaktadır (Güney, 2008: 72; Küçük, 2005: 31-32; Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 10-13):

- Yeni bir mal veya hizmet üretmek veya mevcut mal ve hizmetlerin özelliklerini ve niteliklerini geliştirmek,
- Üretimdeki yeni yöntemleri işletmelerine entegre ederek uygulamak,
- Söz konusu endüstrilerinde yeni organizasyonlar tesis etmek,
- Yerel pazarlara etkin şekilde ulaşmak,
- Hammadde ve girdilerin temin edileceği farklı kaynaklara erişim sağlamak,
- İstihdamı artırmak,
- Öz sermaye gücünü artırmak

1.1.3 Girişimciliği Etkileyen Unsurlar

Girişimciliği bireyin yaşı, cinsiyeti, eğitimi, ailesinin tutumu ve başarı güdüsü etkilemektedir (Erdoğan, 2012: 28-29). Marangoz (2008), girişimciliğin dinamiklerini kültür ve eğitim, sosyo-kültürel öğeler, psikolojik öğeler, yasal ve siyasal faktörler, mali çevre ve din faktörü olmak üzere 6 sınıf olarak gruplamıştır.

1.1.4 Girişimciliğin Avantajları ve Dezavantajları

Girişimciliğin çeşitli araştırmalara konu olmasının nedenleri genelde avantajlarını oluşturmaktadır. Fakat bazı dezavantajları da beraberinde getirebilmektedir.

Avantajlarına bakılacak olursa; özerklik, başarıma hissi, finansal kontrol bunlardan başlıca sayılması gerekenlerdir (Marangoz, 2008: 22). Özellikle özgürlük ve kişisel tatminin girişimciliğin en büyük avantajlarından olduğu belirtilmektedir (Hisrich, Peters ve Shepherd, 2008: 8). Gelecek odaklı olmaları ve enerjilerinin ortalama insanlardan yüksek olması da avantajları olarak değerlendirilebilir (Scarborough, 2014: 22).

Dezavantajları arasında ise; bireysel özveriler, sorumlulukların oluşturduğu ağır yük, oluşabilecek zararlara karşı toleranslarının düşük olması yer almaktadır (Marangoz, 2008: 22-23). Riskin ve geleceğin belirsiz olması da girişimciliğin karanlık yönünü oluşturmaktadır (Hisrich, Peters ve Shepherd, 2008: 8-9)

1.1.5 Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler

Bir organizasyonda ya da bir örgütte girişimci olarak vasıflandırılan kişiler aslında kendini oldukça belli edebilirler. Birçok açıdan bu kimseleri fark etmek son derece olası olabilmektedir. Peki bu özellikler nelerdir? Girişimcilik alanında yapılan araştırmalar girişimcilerin birbirlerine benzeyen ve birbirlerinden ayrışan yönlerini ortaya koyabilmektedir. Kuratko (2013)'ya göre girişimcilerin en önemli özellikleri şunlardır (Kuratko, 2013: 4):

- Ön ayak olabilme,
- Kaynakları bir araya getirme becerisi,
- Yönetmel lider becerileri,
- Özerklik güdüsü,
- Risk alma.

Sayılanları takip eden diğer özellikler ise; saldırgan ve hırslı tutumları, rekabetçilik, amaca yönelik davranma, güven duygusu, iyimserlik, öngörü gücü, gerçeklere uygun davranışlar, hatalardan ders çıkarma ve insani ilişkiler becerisi olarak ifade edilebilir.

Girişimci ve girişimcilik çok sayıda unsuru içeriğinde barındıran kavramlar olmasına binaen çalışmalarda terminolojisinin geniş olduğu gözlenmektedir. Yabancı kaynaklarda ön plana çıkan ve girişimciliğin ana unsurlarını oluşturan kriterlerden bazıları da şunlardır (Boone ve Kurtz, 2011: 194):

- Vizyon
- Yüksek enerji seviyesi
- Başarma arzusu
- Özgüven ve iyimserlik
- Başarısızlığa tolerans
- Yaratıcılık
- Belirsizliğe karşı tolerans
- İç kontrol odağı.

Özellikle 2000’li yıllardan sonra girişimcilik son derece popüler bir konu haline almıştır. Buna karşın 1800’lü yıllardan beri yabancı yazarlar, araştırmacılar ve akademisyenler tarafından girişimciler ve temel özellikleri son derece güncel vaziyette bulunmaktaydı. Tablo 2’de girişimcilerin literatürde yerini bulmuş temel özelliklerinin tasnifi verilmektedir (Kuratko ve Hodgetts, 1995: 40-41).

Tablo 2’de sayılan niteliklerin girişimcinin taşınması gereken kişisel beceriler ve özellikler statüsünde olduğu muhakkaktır. Bireysel becerilerin kapsamı Hisrich’in yaklaşımına göre kapsamı; içsel denetim, risk alma, yenilik yapma, değişimi yönetmektir. Kişisel beceri alanının yanı sıra Hisrich ve Peters’e göre bir kişisel becerilere olduğu kadar teknik beceriler ve yönetim becerilerine de ihtiyaç duymaktadır. Teknik beceriler olarak sınıflandırılan yetenekler; yazılı ve sözlü iletişim, çevreyi gözlemleme, teknik ve taktiksel yönetim, yüksek teknoloji, dinleme, organizasyon yeteneği, şebeke oluşturma becerisi, yönetsel tarzlar, antrenör türü liderlik ve ekip oyuncusu olmaktır. Yönetim becerileri ise; planlama ve amaçları belirleme, karar alma, insani ilişkiler, pazarlama, finansman, muhasebe, yönetim, kontrol, müzakere ve büyümeyi iyi yönetmektir. (Hisrich ve Peters, 1998: 21).

Tablo 2: Girişimcilerin Temel Özellikleri

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mill	Risk alma
1917	Weber	Biçimsel otorite kaynağı olma
1959	Hartman	
1934	Schumpeter	Yenilikçi olma, önyak olma
1954	Sutton	Sorumluluğa istek duyma
1961	McClelland	Risk alma, başarı güdüsü
1963	Dauids	Hırslı olma, bağımsızlık isteği, sorumluluk, özgüven
1964	Pickle	İnsan ilişkileri, iletişim becerisi, teknik bilgi
1965	Litzinger	Riski tercih etme, bağımsızlık, tanınma, liderlik
1965	Schrage	Doğru algılama, güç motivasyonu, gerginliğin performansı azalttığı gerçeğinin farkına varma
1971	Palmer	Risk ölçme
1971	Hornadey ve Aboud	Başarı güdüsü, özerklik, saldırganlık, güç, tanınma
1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İçsel güç odağı
1974	Liles	Başarı ihtiyacı
1977	Gasse	Kişisel değerlere dönüklük
1978	Timmons	Güdü, özgüven, amaca dönüklük, orta düzeyde risk alma, kontrol odağı, yaratıcılık, yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk üstlenme eğilimi
1980	Sexton	Enerjik olma, hırs, olumlu terslikler
1981	Mescon ve Montarani	Başarı, hakimiyet, özerklik, dayanma gücü, kontrol
1981	Welsh ve White	Kontrol ihtiyacı, sorumluluk isteği, özgüven, güdü, mücadele etme
1982	Dunkelberg, Cooper ve Welsh Young	Büyümeye dönüklük, bağımsızlığa dönüklük, zanaatkarlığa dönüklük, kontrol kaynağı, özgüven, yenilikçilik

Kuratko ve Hodgetts, 1995: 40-41.

1.1.6 Girişimcilik Türleri

Girişimcinin kendini gerçekleştirirken seyrettiği yol ve yöntemler her girişimci bakımından farklılık gösterebilmektedir ve oldukça doğal bir durumdur. Bu farklılığa karşın birbirlerine benzeyen yahut ayrışan yönleriyle ile tasnif edilmiş ve literatürde kabul gören girişimcilik türleri çalışmalarda yerini almıştır. Ayrıca gün geçtikçe ve girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar artırdıkça yeni türlerin de oluştuğunu söylemek yerinde olabilecektir.

Ekonomik gelişmenin seyri devam ederken yüksek öneme sahip olan girişimcilik, farklı kategorilere ayrılmaktadır. Literatürde sıklıkla kullanılan ayrımlar; mal ve hizmetleri üretme ve pazarlama durumuna göre, işletme çevresine göre, mülkiyet açısından, pazardaki konumuna göre, büyüklüğüne göre sınıflandırılmıştır. Bunların yanında sanal girişimcilik, kadın girişimci ve iç girişimcilik türlerine değinilecektir.

1.1.6.1 Mal ve Hizmetleri Üretme ve Pazarlama Açısından

Girişimciliği oluştururken piyasaya giriş safhasında takınılacak rol önemli olabilmektedir. Piyasada hiç mevcut olmayan ve hatta yeni bir boyut kazandıracak nitelikte bir ürün veya hizmet geliştirildiği takdirde başrolü edinmek olası olacaktır. Bunu yapmayı tercih eden girişimci yaratıcı girişimci olarak karşımıza çıkabilmektedir. Diğer bir bakış açısından ele alındığında ise rakiplerinden önce davranarak piyasayı koklayarak ürün hizmet sunmak rolüne girilmesi ise fırsat girişimciliği olarak adlandırılabilir. Bu bağlamda mal ve hizmet üretme ve pazarlama açısından, fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik ifade edilmek istenmektedir:

i. Fırsat girişimciliği

Girişimcinin nitelikleri arasında yer alan en önemli ölçülerden birisi pazardaki fırsatları ve gelişmeleri görüp iş sahasına uygulama ile aksettirmeleridir. Henüz bir fırsat belirmeden bunu yetenekleri sayesinde sezinleyerek iş sahasına dönüştürmeleri de fırsat girişimciliğini oluşturmaktadır. Hal böyle iken mal veya hizmetleri piyasadaki fırsatları görerek ya da hissederek mevcut olan bir ürün ya da hizmeti pazara rakiplerinden önce sunması girişimciyi öne taşıyabilecektir. Ekonomik büyüme dönemlerinde olduğu kadar ekonomik kriz dönemlerinde de karşımıza çıkabilmektedir (Tekin, 2012: 12). Önemli olan piyasada oluşacak fırsatları sezinleyebilmek ve doğru noktada aksiyona geçmek olabilecektir.

Fırsat; mevcut bir ürünün pazara miktar olarak yeterince sunulmadığı, pazarda hiç bulunmadığı ya da pazarda yer alan işletmelerin talep edilen kalitede üretim gerçekleştirmedikleri durumlarda ortaya çıkar. Bu tür girişimcilik, fırsatları değerlendirebilecek görüş ve bakış açısına sahip olma ve elindeki kaynakları hızlıca yönlendirebilme yeteneğine sahip olmayı gerektirir (Tikici ve Aksoy, 2012: 18).

ii. Yaratıcı Girişimcilik

Yeni bir fikri veya buluşu sıfırdan meydana getirmek ya da mevcut bir mal veya hizmeti inovasyon ile harmanlayarak işlerlik kazandırmak, kullanım alanını genişletmek, tasarımını başkalaştırmak, farklı bir vizyon kazandırmak suretiyle piyasadaki fırsatları ve gelişmeleri yönlendirmek yaratıcı girişimciliğin konusunu oluşturabilmektedir. Başka bir deyiş ile işletmenin yapısını korurken sürekli farklı yönlerde ar-ge, inovasyon, tasarım vb. alanlarındaki çalışmalarını harmanlayarak fırsatları kollaması ve gerektiğinde yeni mal ve hizmetler sunması yaratıcı girişimciliğin unsurlarını barındırabilmektedir.

Yaratıcı girişimcilikte ya da girişimciliği gerektiren yaratıcı endüstrilerde inovasyon kavramının gerçeğe dönüşmesi daha olasıdır bunu yaparken normal girişimci işletmelerin uğraşması gereken türlü işler ile de ayrıca uğraşacaktır. Bunlar, yeterli piyasaya erişmek, daha fazlası için araştırmak, finansal ve teknik kaynakları yönetmek, çeşitli stratejiler geliştirmek olarak sayılabilir (Bujor ve Avasilcai, 2016: 25-26).

Yaratıcı girişimcilikte işin bir teknik boyutu bulunduğundan daha çok ar-ge alanlarında bu girişimcilik türüne rastlanılmakta ve patent alınacak derecede kendine özgü mal ve hizmetler söz konusu olabilecektir. Bunlarla beraber, çağımızın ve geleceğin gerekleri girişimciliğin daha çok yaratıcı girişimcilik ekseninde ilerleyeceğini gösterebilmektedir.

1.1.6.2 İşletme Çevresine Göre

Girişimcinin işletmesinin yer aldığı saha yani kapsadığı alan başka bir ifade ile hizmet verebileceği en uzak mesafenin göz önünde bulundurulmasıyla yapılacak tasnif söz konusu olduğunda bu ayrımın, yerel girişimcilik, bölgesel girişimcilik ve uluslararası girişimcilik olduğunu söylemek mümkün olabilecektir. En kısıtlı alanda hizmet veren girişimciye yerel girişimci denir iken, ünü ülkesini aşarak tanınırlığı haiz olan girişimci ise uluslararası girişimci olarak ifade edilebilir.

i. Yerel Girişimcilik

Girişimcilik faaliyetinin kendi kurulduğu coğrafik alanında sınırlandırması olarak ifade edilebilir. Bunun sebebi henüz yeni piyasaya girilmiş olunması ve girişimci ile yerel bölge arasındaki ilişkidir. Bulunduğu bölgede değer yaratmaya, istihdam sağlamaya yardımcı olur, ve yeni işletmeler kurulmasına da bölgesel anlamda imkan tanır (Cappiello, 2015: 14).

ii. Bölgesel Girişimcilik

Bölgesel girişimcilik yerel girişimciliğin bir safha daha ilerisinde bulunmaktadır. İşletme sermayesi yerel girişimciliğe göre daha güçlü ve iş potansiyeli de aynı şekilde daha fazladır (Tekin, 2012: 13). Bölgesel girişimcilik örneği olarak yalnızca Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve bu bölgede bilinirliği olan markalar (örneğin süt ve süt ürünleri vb.) örnek gösterilebilir.

iii. Uluslararası Girişimcilik

Uluslararası girişimcilik kavramına bakıldığında söz konusu girişimciliğin dünya geneline yayılması gözlenmektedir. Bu türde bir girişimciliğe, girişimcilik sürecinin son aşamasında erişilmektedir (Tekin, 2012: 13). Bu kapsamda yer alan girişimcilik türüne ülkemizde ender rastlandığını söylemek mümkündür. Girişimcinin tüm süreçleri başarıya ulaşmış ve kendini uluslar arası düzeyde bilinirliğe kavuşturmuştur.

1.1.6.3 Girişimciliğin Mülkiyeti Açısından

Girişimin kim tarafından sahip olunduğu değerlendirilerek yapılacak bir sınıflandırma söz konusu olduğunda özel girişimcilik, kamu girişimciliği ve karma girişimcilik sınıflandırması oluşturulmaktadır.

i. Özel Girişimcilik

Girişimcilik teşebbüsünün kaynağının şahsa ait olması durumu özel girişimciliktir. Cumhuriyet sonrası dönemde bu girişimcilik tipine özellikle destek verilmiş ve özel teşebbüsler ekonomi sahnesine bu dönem sonrasında çıkmıştır.

ii. Kamu Girişimciliği

Kamu girişimcileri siyasi otoriteye bağlı olarak sıkı bir bütçe disiplini içerisinde faaliyet gösterir. Ekonomik sınırlandırmaların yoğunlukta olduğu sektörlerde ve daha çok ağır yatırım alanlarında, kimi zaman kendi ürettiği kaynakların yerine hazır bulunan kaynaklarını ve kamunun ürettiği kaynakların kullanıldığı girişimcilik türüdür. Kamu girişimcileri bürokrat olarak karşımıza çıkabilmektedir (Tikici ve Aksoy, 2012: 17). Bu girişimcilik tipi, bürokrasi gibi ağır şekilde işlememekte piyasa ekonomisi içindeki kamu ayağı olarak alması gereken yolu almaktadır.

Bu girişimcilik türü daha çok karın tespit edilemediği durumlarda örneğin silahlı kuvvet, adalet teşkilatı, sağlık hizmetleri gibi alanlarda görölmektedir.

iii. Karma Girişimcilik

Karma girişimcilik ise sermayesinin bir kısmının özel sektöre bir kısmının ise kamu kanalına ait olduğu girişimcilik türüdür (Tekin, 2012: 13-14). Bu tür karma girişimcilik türlerine de zaman zaman rastlanabilmektedir.

1.1.6.4 Pazardaki Konumuna Göre

Girişimciliğin pazarda konumlanmasına göre sınıflandırılmasına göz atıldığında ise yenilikçi girişimcilik ve takipçi girişimcilik ile karşılaşılmaktadır. Aşağıda bu kavramlar açıklanmaktadır.

i. Yenilikçi Girişimcilik

Yenilikçi girişimcilik söz konusu pazarda yer alan gelişmeleri anlık olarak izleyerek yeni fikirler bulan ve bu fikri aksettirecek pazar arayışında olan girişimcilik dalıdır (Tekin, 2012: 14).

Yenilikçi girişimcilik; yaratıcı yetenekleri olan girişimcilerin sahibi oldukları işletmelerde hedefledikleri amaçlarına yönelik çeşitli yenilikler getirme çabalarının tamamıdır. Çabaların sonuç bulması için en önemli koşul doğru fırsatın anının yakalanmasıdır. Uygun şartlar belirginleştğinde kaynaklardan en fazla verim sağlanacak şekilde bu kaynaklar kullanılır (Tikici ve Aksoy, 2012: 20). Drucker yenilikçi girişimciliğe üç faktör üzerinden değinmiştir. Bunlar; en iyi fırsatın elde edilmesi, başarısız olma riskinin üstlenilmesi ve gerekli çabanın sarf edilmesi ve tüm bunlar için yapılan harcamalardır (Drucker, 1998: 121).

ii. Takipçi Girişimcilik

Takipçi girişimcilik türünde yeni bir arayış içerisinde olmak söz konusu olmamakla birlikte, yenilik ve değişimleri kendileri araştırmak yerine başka girişimcilerin oluşturdukları yenilikleri baz alarak işletmelerini, mal ve hizmetlerini buna göre değiştirmeleri söz konusu olmaktadır. Rekabette yetersiz ve risk almada isteksiz olan bu girişimcilik türüne ait kimseler uygulanmış şeyleri taklit etmek üzerine ilerlemektedirler (Dinçer, 1998: 274).

1.1.6.5 Sanal Girişimci - Tekno Girişimcilik

Yenilik ve araştırma geliştirme faaliyetlerini içerisine alan ve daha çok teknolojik alandaki bir girişimcilik türüdür. Teknik kökenli girişimciler bu sayede kariyerlerini geliştirmektedirler (Marangoz, 2008: 17).

1.1.6.6 Girişimin Büyüklüğüne Göre

Girişimciliğin çeşitli ölçütlerce boyutunun nasıl olduğunu tasnif etmeye çalışan bu ayırmada büyük girişimciler, orta ve küçük girişimciler ile karşılaşılmaktadır.

i. Büyük Girişimciler

İşletme mülkiyeti sahipliği ve girişimcilik özelliklerini bünyelerinde bulunduran, yönetim işlerini profesyonel yöneticilere bırakmış ve kurumsallaşmaya önem veren girişimcilerdir (Tikici ve Aksoy, 2012: 18).

ii. Orta ve Küçük Girişimciler

Orta ve küçük girişimciler yapısal olarak birbirlerine çok benzemektedirler. Türkiye’de orta ve küçük girişimcilere girişimcilerin büyük çoğunluğu olarak sıklıkla rastlanmaktadır. Orta ve küçük girişimciler; patronluk, girişimcilik ve yöneticilik sıfatlarının hepsini üzerlerine almış durumdadırlar. Fark olarak değinilecek durum; orta girişimcilerin daha fazla dışa dönük olmaları, işletme dışı dünya ile daha ilgili oluşları, küçük girişimcilere nazaran daha ileri teknolojiyi işlerinde kullanmaları ve rekabet güçlerinin daha fazla olmasıdır. Küçük girişimciler ise yalnızca kendi hesaplarına göre küçük ölçeklerde hareket ederek, tüm riski üstlenmektedirler (Tikici ve Aksoy, 2012: 18).

1.1.6.7 İç Girişimcilik

İç girişimcilik kavramı ilk kez Pinchot tarafından 1985 yılında söz konusu edilmiştir. Pinchot iç girişimciliği; geniş bir bakış açısıyla mevcut bir örgüt içerisindeki girişimcilik faaliyetleri olarak açıklamıştır (Saetre, 2004: 10). Pinchot’a göre iç girişimcilik, herhangi bir iş fikrini işletme içerisinde uygulanması, yenilik yaratmak için bu sorumluluk üstlenilmesi, işletmeyi bununla beraber kar ettiren, yaratıcılık düzeyini artırma sürecidir (Pinchot, 1985: 10). Başka bir ifadeyle iç girişimci; büyük bir çatı firma içinde belli bir fikri işleyerek bunu karlı bir nihai ürüne, risk alarak ve yenilik uygulayarak dönüştüren kimsedir (Arıkan, 2002: 186).

İç girişimcilik kavramının önemi gittikçe artmaktadır. Bunun nedeni rekabet ortamında mevcut yerini kaybetmeden varlığını sürdürmek ve avantajlarını kaybetmek istemeyen büyük firmaların; esneklik, büyüme ve yenilik için uğraşmalarıdır. Başka bir ifade ile ekonomik rekabette bulunmak isteyen firmaların; yenilikçi, yaratıcı ve uyarlayıcı olabilmek için iç girişimciliği teşvik etmenlerinin zorunluluğu anlaşılmaktadır.

1.1.6.8 Kadın Girişimciler

1980'lerde araştırılmaya başlanan kadın girişimciler konusunda o dönemlerde az olan çalışmalar arttıkça kavram aydınlatılmaya başlanabilmektedir. İlk çalışmalar kadın girişimcilerin karakter özellikleri ve başarılarını engelleyen koşullar üzerine yapılmıştır (Greene, Hart, Gatewood, Brush, Carter, 2003: 5).

Esasen çalışmalar kadın-erkek girişimcilerin liderlik özellikleri, liderlik yetenekleri ve algıları konusunda, kadın-erkek arasındaki girişimcilikte yer alan farklar konusunda geliştirilerek ortaya konmaktadır (Bullough, 2013: 360).

DİE'nin sınıflandırmasına bakılacak olursa, işveren veya işin idari ve hukuki boyutlu tüm sorumluluğunu üstlenmiş olan, başka bir ifadeyle işinin başında bir fiil bulunan, ortaya çıkardığı ürün ve hizmetin fiyatını arz-talep ilişkisi içinde belirleyerek faaliyet gösteren girişimci kadınlara denmektedir (Marangoz, 2008: 92).

1.1.7 Kadın Girişimci Kavramı

Kadın girişimci ya da girişimci kadın kavramıyla ilgili pek çok tanımlama yapılmıştır. Kimlerin kadın girişimci olarak sayılacağı ile ilgili tek bir tanım bulunmamakla birlikte kadın girişimcilerin literatürde yapılan bütünleşmiş tanımına bakılacak olursa; "Ev dışarısında bir lokasyonda, kendi namı ve hesabına kurduğu bir işletmesi olan, bu işletmede tek başına veya istihdam ettiği diğer çalışanlarla beraber çalışan veya sahibi olması sebebiyle ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kurum ve kuruluşlarla temaslar kuran, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan ve amaçlar belirleyen, işletmeden elde ettiği karı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadın kimsedir" (Çelik ve

Özdevecioğlu, 2001: 488; Ecevit, 1993: 17-18). Farklı bir yaklaşıma göre kadın girişimci; işveren olmak suretiyle, işyerinin idari, hukuki ve mali sorumluluğunu üstlenmiş, bizzat iş yerinde fiilen çalışan kadın olarak yer almıştır. Ayrıca, işgücünü ve sermaye kaynaklarını beklenmeyen en optimum biçimde kullanarak gereken önlemleri alıp, analiz gerçekleştirerek, planlayıp uygulayan ve her türlü olası sonucundan sorumlu olan, yaratıcı veya akılcı fikirler üreterek, risk bileşenini de yöneten kadındır (Saray, 1993: 118).

İşletme geliştirmenin üretici güçlerine bakıldığında kadın girişimciler özellikle gelişmekte olan ekonomilerde buldukları toplulukların hem direk hem dolaylı olarak liderleridir (Bullough, Luque, Abdelzaher ve Heim, 2015: 250).

Kadın girişimcileri tanımlayan karakter özellikleri genel olarak dinamik, özgüvenli, bağımsızlığa önem veren, rekabetçi ve amaç yönelimli olmaları, hırslı olma, risk alma, kararları ve kendi işini kontrol etme olarak ifade edilmektedir (Kumkale, 2015: 74-75). Bundan başka; başarıya ihtiyacı, yaşamının kalitesine önem verme, yaratıcılık, esneklik ve insani yaklaşımları öne çıkarma, finansal amaçlarla birlikte sosyal ve kültürel amaçlara da önem verme de kadın girişimcilerin karakter özelliklerinde yer almaktadır (Şahin, 2006: 37-38).

Kadınların girişimci olmalarının ardında yatan sebepler değerlendirildiğinde ise literatürde kadınları girişimciliğe “iten” yani kendi işinin sahibi olmaya mecbur eden motivasyonlar; genel işsizlik, kadınlara uygun olmayan çalışma şartları ve cinsiyet ayrımcılığı yapılmıştır. Kadınları girişimciliğe “çeken” ya da başka deyişle heveslendiren sebepler ise kendi işinin patronu olmak suretiyle tam bağımsız olmak ve kendini gerçekleştirmek olarak geçmektedir (Yetim, 2002: 81). Girişimcilerin ve kadın girişimcilerin temelde iş kurmak istemelerinin altında yatan 3 neden bulunmaktadır. Bunlardan ilki ve en önemlisi kar elde etme isteğidir. İkincisi bağımsız çalışma isteği ve sonuncusu kişisel tatmin sağlama isteğidir. En önemlisi plan ve program yapmaktan ziyade kadın girişimciler kendi yeteneklerini değerlendirip fırsata dönüştürerek bağımsızlık elde etme isteği doğrultusunda girişimciliklerini kullanırlar (Demircioğlu, 2016: 153-157). Kadın girişimcilerle ilgili literatürde yapılan çalışmalardan bazıları Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3: Kadın Girişimcilerle İlgili Literatür Çalışmaları

Araştırma Sahibi	Yıl	Yaklaşım	Örnekleme	Kavram	Açıklama
Dorothy P. Moore	1990	Kavramsal	-	Kadın girişimci profili incelemesi	Geleneksel ve modern olmak üzere ikiye tipi vardır. Geleneksel kadın girişimci; evlidir ailesi vardır, ortalama üzerinde eğitim düzeyi, birkaç çalışanı olan perakende ticaret ya da hizmet işletmesi sahibi, ilk sermayesi kişisel tasarruflarıdır. Modern kadın girişimci; işletme yönetimi ve teknik konularda eğitilmiş, erkek yoğun sektörlerde çalışmaktadır. Kadın rolü ikinci plandadır.
Hisrich	1984	Kavramsal	-	Kadın girişimci profili incelemesi	Girişimci kadınlar; 25-55 yaş aralığındadır giyim-terzilik, kuaförlük, kozmetik, turizm, gıda sektörlerinde faaliyet gösterirler.
Brush, Bruin, Welter	2009	Model	-	5M Modeli	Kadınların bir girişimi başlatıp büyütmesi için şu 5 unsur etkilidir: Pazar, sermaye, yönetim, kadın olmak ve ikincil çevre.
Birley, Moss, Saunders	1987	Kavramsal	-	Kadın girişimcilerin gereksinimleri	"Do Women Entrepreneurs Require Different Training?" çalışmasında küçük işletme kursunun kadınlar için yetersiz olduğu ve özel kurslar verilmesi gerektiğini söylemiştir
Buttner E.H.	1993	Kavramsal	-	Kadın girişimcilerin gelişimi üzerine	"Female Entrepreneurs: How Far Have They Come?" çalışmasında geçmiş ve günümüzdeki kadın girişimcilerin başarısı, aile ve iş hayatının birlikte yönetilmesi konularından bahsetmiştir.
Çakıcı, A.	2006	Araştırma	160	Kadınların iş kurma sebepleri	Kadınlar; kazanç elde etmek, bağımsız çalışma, sosyal yaşam sürme sebepleri ile iş kurarlar. Bunu yalnız başlarına yaparlar.
Çelik ve Özdevecioğlu	2001	Araştırma	25	Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve sorunları	Kadın girişimciler, 25-45 yaş aralığında, çoğunlukla lise ve ortaokul eğitim düzeyi, yüzde 80'i evli, ticaret sektöründe faaliyete sahiptir. Pazar koşullarındaki düzensizlik ise en büyük sorunlarıdır.

Kadın girişimciler literatürde Goffe ve Scase (1985)'e göre 4 grupta yer almaktadır. İlk grupta yer alan “Geleneksel kadın girişimci”; girişimcilik amaç ve hedeflerini sürdürürken geleneksel olarak kendisinden beklenen cinsiyet rollerini de aynı şekilde yerine getirmeye çalışmakta ve iş-aile dengesini gözetirken işlerinde fazla büyümeyi hedefine koymayan girişimci türüdür. Girişimcilik amaç ve hedeflerini cinsiyet rollerinin çok daha üzerinde tutan ve işletmesini büyütmeyi ilk hedefe koyan kadın girişimci türü “yenilikçi kadın girişimci”dir. Diğer girişimci türü, geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üzerinde tutan ve girişimciliği yan iş olarak gören “evcimen kadın girişimci”dir. Son grupta yer alan ve iş-aile dengesinden daha fazla kadınların toplum içerisinde konum olarak ikinci planda kalması ile mücadele etme amacı güden, işini de bunun için bir vesile olarak gören girişimci tipi ise “köktenci girişimci”dir (Akt. Demir, 2015: 2).

1.1.7.1 Kadın Girişimcileri Erkek Girişimcilerden Ayıran Yönler

Geçmişte kadınların çeşitli nedenlerle girişimci olmaları makul görülmezken günümüzde kadın girişimciler başarılarını çok sayıda örnek ile ispatlayarak erkek girişimcilerden geride kalan yönlerinin olmadığını gözler önüne serebilmektedirler. Erkek ve kadınların girişimci liderliklerinde beliren yetenek algısındaki farklılıklar ve buna bağlı etkileri uzun zamandır incelenmektedir (Bullough, 2013: 363). Son derece popüler olan bu konuda araştırma sayıları artırıldıkça edinilen bulgularda kadın girişimciler vizyon sahibi olmalarını, başarı güdülerini, hırs ve azim ölçütlerini artırmaktadırlar (Gürol, 2000: 228). Bu sayede kadın ve erkek girişimciler ile ilgili çok sayıda araştırma yapılmış ve merak konusu olmuştur.

Kadın girişimciler ve erkek girişimciler birbirleriyle karşılaştırıldığında, bazı benzerlikler de olmasına rağmen kadın girişimciler farklı güdülere, mesleki hünere, farklı amaçlara ve mesleki geçmişe sahiptir (Çelebi, 1997: 19). Kadınlar girişimci olarak yalnızca gelir elde etmez aynı zamanda özgürlüklerini kazanarak lider konumuna geçerler (Bullough, 2013: 361). Kadın ve erkeklerin toplumda üstlendikleri roller arasındaki farklar, gelenek ve göreneklerdeki ataerkil yaklaşım da

girişimcilik açısından iki cinsin birbirinden farkını ortaya koymaktadır (Soysal, 2010: 92-93).

Ertübey'e göre kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran kar etmekten çok sosyal itibarlarına önem vermekte, daha az zgven sahibi bulunmakta, risk almada daha temkinli davranmaktadırlar (Akt. Yetim, 2002: 82).

Kadın girişimcilerin gelişim süreçlerini Türkiye'nin gelişmiş ülkelerde yaşanan değişim hızında tamamlayamamış olabilir. Bernstein'a göre, kadın girişimci yönetim olgusuna bütüncül yaklaşırken, erkek girişimci otoriter yönetim tarzını benimsemektedir (Gürol ve Marşap, 2007: 13). Yine kadınların işveren konumunda erkeklere göre daha dikkatli oldukları, eğitmen olarak başarılı oldukları, adaptasyonlarının daha iyi olduğu, teşvik etme yeteneklerinin daha yüksek olduğu, gözlem yeteneklerini iş yaşamına daha iyi aktardıkları, yaratıcılıklarının daha yüksek oluşu, iletişim kabiliyetlerinin daha fazla olduğu, problem çözmedeki başarıları, neşeli ve eğlenceli olmaları ve iş yaşamında kararlarını daha kolay vermeleri de kadın ve erkek patron arasında yapılan çalışmada ortaya konan bulgular arasındadır (rc vd., 2007: 121-122). Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar Tablo 4'de sunulmuştur:

Tablo 4: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	İşleri bitirme sonucu elde edilen başarı, Kişisel bağımsızlık, Kontrolü elde bulundurmaktan kaynaklanan iş tatmini	Bir amacı gerçekleştirmekten dolayı elde edilen başarı, Bir işi yalnız yapmaktan kaynaklanan bağımsızlık
Hareket Noktası	Mevcut işten duyulan tatminsizlik, Okulda ve mevcut işte yeni işle ilgilenmiş olma, İşten çıkarılma ya da işi bırakma, Bir şeyler elde etme isteği	İşten kaynaklanan hayal kırıklığı, Alandaki fırsatı görme
Fon Kaynakları	Kişisel varlık ve birikimler, Bankalar, Yatırımcılar, Arkadaş ve aileden alınan borçlar	Kişisel varlık ve birikimler, Kişisel borçlar
Mesleki Geçmiş	Ücretli iş deneyimi, Tanınmış bir uzman veya o alanda büyük başarılar kazanmış biri olmak, Çeşitli iş alanlarında uzman olma	İş alanında deneyim, Alanda orta düzey yönetici olmak, Hizmet sektöründe iş geçmişi
Kişisel Özellikler	İkna edici olma, Amaç odaklı olma, Yenilikçi ve idealist olma, Yüksek düzeyde özgüven sahibi, Şevkli ve enerjik olma, kendi kendisinin patronu olma zorunluluğu	Esnek ve toleranslı olma, Amaç odaklı olma, Yaratıcı ve gerçekçi olma, Orta düzeyde özgüven sahibi, şevkli ve enerjik olma, sosyal çevre ile uğraşabilme
Özgeçmiş	25-35 yaş arasında işletme kurma, İş sahibi bir babasının olması, Üniversite mezunu olma, Ailenin ilk çocuğu olmak	35-45 yaş arasında işletme kurma, İş sahibi bir babasının olması, Üniversite mezunu olma, Ailenin ilk çocuğu olmak
Destek Grupları	Arkadaş, avukat ve muhasebeciler, İş dünyasından arkadaşlar, Eş	Yakın arkadaşlar, Eş ve aile, Profesyonel kadın grupları
Kurdukları İlk İş Türü	Üretim ya da inşaat	Hizmet sektörü

Hisrich ve Peters, 2002: 76.

Ayrıca yapılan çalışmalarda kadın ve erkek girişimcilerin arasındaki farklar başarı, finansal performans açısından irdelenmiştir. Bunlardan bazıları şöyledir:

- Kalleberg ve Leicht (1991), Amerika’da 411 küçük işletmede, kadınların yönettiği işletmelerin başarı düzeylerinin erkeklerin yönettiği işletmelerden farklı olmadığına erişmiştir.
- Johnsen ve McMahon (2005), Avustralya’da 2000 küçük ve orta ölçekli işletmede, kadın ya da erkek sahipli işletme olmasına göre finansal performanslarında farklılık bulamamıştır.
- Peter ve arkadaşları (1996), İngiliz ve İskoçyalı 600 işletme sahiplerinde, erkek olanların, çalışan sayısı, çalışan sayısındaki artış, satışlardaki artış ve büyüme ve varlıklarda artış ölçütlerinde kadın girişimcilere nazaran daha başarılı olduklarına sonucuna ulaşmışlardır.

1.1.7.2 Kadın Girişimcilerin Avantajları ve Dezavantajları

Kadın girişimciliği özellikle ekonomik ve toplumsal hayatta kadının rolünün genişlemesi ve her alanda yer almaları sayesinde birçok yarar ve fırsat sunmakla birlikte kadın girişimciler kendi ülkelerinin ekonomilerini geliştirmede, ekonomik konjonktüre ivme kazandırarak gerçekleştirdikleri girişimcilik faaliyetleri ile önemli bir dinamizm oluşturmaktadırlar (Minniti ve Arenius, 2003: 3).

Kadın girişimcilerin gerek topluma karşı gerekse bireysel olarak sağladıkları avantajların yanı sıra karşılaştıkları birçok dezavantaj da yer almaktadır. Kadın girişimcilerin yaşadıkları dezavantajlar olarak yapılan araştırmalar sonucu elde edilen bulgular şunlardır (Soysal, 2010: 97):

- Kadınların finansal güvenliklerini sağlamakla birlikte, ev-iş yaşamlarındaki dengeyi kuramayacakları düşüncesi (Cooper ve Artz, 1995)
- Kadın girişimcilerin yalnızca belli başlı sektörlerde faaliyet alanlarının olması ve finans kuruluşlarından kredi kullanımında zorlanacakları düşüncesi (Buttner ve Rosen, 1988)
- Müşterilerle olan ilişkilerinde karşı taraflarca anlaşılmakta zorluk yaşayacakları (Kutunis ve Bayraktaroğlu, 2002).

Kadın girişimcilerin yaşadıkları dezavantajlar Türkiye’de yapılan araştırmalara konu olabilmektedir. Rol çatışması yaşamaları, kendilerine duyulan güvensizlik, cinsel beklentiler, tecrübe yetersizliği, geleneksel baskı, başarısız olacaklarına duyulan inanç, cinsiyete göre farklı davranış, ortak bulmada çekilen zorluk dezavantajlardan bazılarıdır (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 492-494). Toplumun kadınlar aleyhinde birikmiş olan değer yargıları, bilgi eksikliği, rakiplerin engel olmaları, sermaye bulmada güçlük, yasal ve bürokratik engeller de başka araştırmada elde edilen bulgular arasındadır (Tan, 2006: 530).

Kadınların girişimlerinde yaşadıkları avantajlar da çalışmalar sonucunda belirlenmektedir. Kadın girişimcilerin yaşadıkları avantajları sıralamak gerekirse;

- Kadın girişimciler hem kendileri istidam olmakta hem de istihdam ettikleri çalışanlar için iş sahası yaratmaktadırlar (Göküş, Özdemiray ve Göksel, 2013: 92).

- Kadın girişimciler bireysel olarak toplumdaki konumlarını, toplumsal olarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak için kullanırlar (Göküş, Özdemiray ve Göksel, 2013: 92).

1.1.7.3 Türkiye’de Kadın Girişimciler

Küreselleşme, işletmelerin ve girişimcilerin daha yoğun rekabetli bir ortamda sahne almaları sonucunu doğurabilecektir. Tarihte kapalı ekonomi dönemlerinden günümüze gelindiğinde globalleşen yeni ekonomik düzende müşterilere yeni, hızlı, işler ve esnek hizmet sunabilmek için kilit faktör girişimcilik olarak ortaya konabilir.

Türkiye’de girişimcilik belirgin olarak 4 periyot halinde incelenebilir. Bunlar; Osmanlı İmparatorluğu dönemi, Cumhuriyet Dönemi, 1970’li yıllar ile 1980’li yıllar ve sonrasıdır. Türkiye’nin girişimcilik serüveninin bu denli net biçimde bölümlendirilmesinin ardında yatan sebep ülkenin söz konusu yıllar içerisinde geçirdiği değişimlerin ekonomik yapı ve elbette girişimcilik sahasına yansıyan etkileri olarak gösterilebilir. Tablo 5’de Türkiye’de girişimcilik serüveninin gelişimi gösterilmiştir.

Tablo 5: Türkiye’de Girişimcilik

Dönem	Kapsam
Osmanlı İmparatorluğu Dönemi	Üretim ve ticaret çoğu zaman devlet kontrolünde tutulmuştur. Deniz ticareti önemlidir. Ticaret yolları değişince ve Sanayi Devriminden sonra batı ile ilişkileri olan, Yahudi, Rum, İtalyan asıllı Türk vatandaşları “girişimci” olmuştur. II. Meşrutiyetten sonra Milli İktisat kavramı ile müteşebbis sınıf oluşturulması için yabancılara imtiyaz kaldırılmış ve milli bankalar desteklenmiştir.
Cumhuriyet Dönemi	İzmir İktisat Kongresi (1923) ile çiftçi, tüccar, sanayi ve işçi olan 4 grubun temsil edildiği İktisat misakı kabul edilmiş ekonomik gelişmeye yön verilmiştir. Lozan Antlaşması ile kapitülasyonlar kaldırılmıştır. Marshall yardımı ve Almanya’ya gönderilen işçiler ülkeye döviz girdisi sağlamıştır.
1970’li yıllar	Sağlanan teşviklerle hızla çoğalan girişimciler meydana gelmiştir. Üretim esas olmuş fiyat ve kalite geri plana atılmıştır.
1980’li yıllar ve sonrası	24 Ocak 1980 kararları ile ekonomide strateji değişikliği yapılmıştır. İthal ikamesi yerine serbest piyasa ekonomisinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçilmiştir. Girişimcilik ve ihracat önem kazanmıştır.

Güney, 2015: 32-35.

Girişimcilik kavramının Türkiye’de son yıllarda önemi kavranmakla birlikte Avrupa Birliği çalışmalarında neden önemli bir unsur olduğu şu maddelerle sayılmaktadır (EU, 2003: 6-7):

- Girişimcilik ekonomik büyümeye ve iş hacminin genişlemesine katkıda bulunur.
- Girişimcilik rekabetin geliştirilmesi açısından önemlidir.
- Girişimcilik kişinin kendisini ispat ederek potansiyelini ortaya çıkarma olanağı sunar.
- Girişimcilik topluma sonucunda refah ve zenginlik olarak yansır.

Ayrıca girişimcilik bölgesel gelişmişlikte eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasında ve azaltılmasında rol oynar (Özkul ve Dulupçu, 2007),

Türkiye’de kadının işgücüne katılımı ise özellikle tarım harici işgücüne katılması kentleşmenin ve dolayısıyla göçlerin artışı ile 1950’lerden sonra yükselişe geçmiştir (Göküş, Özdemiray ve Göksel, 2013: 91). 1980’li yıllardan sonra ise kadınların rollerinde yaşanan değişimler ile birlikte reel hayatta süratli artış yaşanan girişimciler ile girişimcilik anlayışı gelişmiş olup erkekler kadar kadınların da uygulamalarıyla kendine yer bulmuştur. İş yaşamında ev içerisinde istihdam edilen kadınların Sanayi Devrimi’ne kadar olan bu rolü, son yüzyıldaki değişimlerle son bulmuştur. Çalışan kadın sayısında yaşanan belirgin artışlar, şüphesiz kendi işinin sahibi olan güçlü kadın portresine de zemin hazırlamıştır. Kadınların girişimci olmalarının arkasında yatan faktörler; kadınları koruyucu ve destekleyici yasaların ve uygulamaların artması, demografik gelişmeler, tepkisel yaklaşımların yerini olumlu yaklaşımların alması, şehirleşmenin artması, eğitim olanaklarının artması, ekonomik zorluklar, evlenme yaşının artması, boşanma oranlarında artış, toplumun kadının çalışmasına karşı olumlu bakış açısı, çocuk bakımı olanaklarında iyileşmelerdir (Kocacık ve Gökkaya, 2005: 199).

Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren gerçekleştirilen çeşitli çalışmalarda kadın girişimcilerin yarısından çoğunun ticaret sektörlerinde faaliyet gösterdikleri, genellikle 30-39 yaşları arasında oldukları, nerdeyse yüzde ellisinin eğitim düzeyinin lise olduğu ve yaşamlarını şehirlerde sürdürdükleri anlaşılmaktadır (Yetim, 2002: 82).

Temel bazı işgücü istatistiklerine bakıldığında ise, kadınlar erkeklerin oldukça gerisinde kalmaktadır. İşgücüne katılım oranı kadınlarda, %30,3 iken erkeklerde %71,3'tür. İstihdam oranlarında erkekler %64,8'lik paya sahip olurken, kadınlar %26,7'lik paya sahiptirler (TUİK, 2015). Girişimcilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında ise, işveren statüsünde çalışanların %92'si erkek olurken, yalnızca %8'si kadındır (TUİK, 2016). Bu sebeple, kadın girişimciliği üzerine çalışma, yatırımlar ve iyileştirmeler yapılması ve bunların reel anlamda sonuçlarının görülmesi önem arz etmektedir.

1.2 LİDERLİK

Girişimcilik ruhu ve liderlik birbiriyle ilgili kavramlardır. Küçük işletmelerde özellikle girişimcilerde yöneticilik, girişimcilik vasfı tek bir kişi üzerinde toplanmaktadır. Bu nedenle yönetici olan kişi aynı zamanda girişimcinin ta kendisidir ve tüm iş safhalarını yönetmektedir. Lider olarak doğulacağı ya da lider olunacağı konusu tartışma konusu yapılabilirken, lider olunması için gereken deneyim, bilgi dağarcığı, sorumluluk, sabır, başkalarıyla iletişim ve çalışma kabiliyeti özelliklerinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir (Amanchukwu, Stanley ve Ololube, 2015: 1). Girişimcinin karşılaştığı aksaklıkları ve engelleri aşarak başarılı olması girişimcide bulunan liderlik yeteneklerinin ve girişimcilik kabiliyetlerinin ne derecede olduğu ile ilgilidir. Girişimcilik ruhu ve liderlik yetenekleri insana doğuştan verilmiş fakat geliştirilebilen yetenekler bütünüdür. Ayrıca girişimci ruhlu kişilerin genelde liderlik vasıfları taşıdığı da bir gerçektir (Tekin, 2012: 22). Bu sebepler ile girişimcilik ile iç içe olan liderlik kavramını çalışmada ele almak yerinde olacaktır.

1.2.1 Liderlik Kavramı ve Tanımı

Girişimciler zorlu rekabet şartlarında yerlerini alırken ihtiyaç duydukları bazı yeteneklerinin yardımına başvurabilmeleri söz konusu olmaktadır. Bahse konu yeteneklerin başında çalışmanın konusu olan liderlik yeteneklerinin oldukça önemli

olduğu ortaya konabilir. Rakiplerine göre liderlik özelliklerini ve bileşenlerini daha kuvvetli taşıyan ve bunu işletmesinde yer alan örgüt mensuplarına aktarabilen girişimciler çok daha sağlam bir konumda yer alabileceklerdir.

Girişimcinin yerine getirmek durumunda olduğu görevlerden biridir liderlik. Liderlik aynı zamanda yönetsel başarıyı tesis etmekte önemli rol oynamaktadır (Güney, 2015: 80). Liderlik; bir kimsenin gruptaki diğer kişilerin hareketlerini etkilemesi ve yönlendirmesi sürecidir. Bunu gerçekleştirirken belirli şartların mevcut olması ve belirli kişisel veya grup amaçlarının olması gerekmektedir. (Koçel, 2011: 569).

Liderlik, aynı zamanda insanları belli amaçlar etrafında bir araya getirir ve amaçlara ulaşılabilmesi için onları harekete geçirir. Bunu yaparken tecrübe, bilgi ve becerilerden faydalanılacaktır (Eren, 2002: 465). Liderlik doğasında karmaşık bir süreçtir bu belli standart özellik ve yetkinliklerin kullanılarak bazı organizasyonları liderlik sayesinde başarılı olmasını bazılarının ise başarısızlıklarla yüzleşmesini beraberinde getirmektedir (Bolden, Gossing, Marturano ve Dennison, 2003: 5).

Günümüze varıncaya kadar pek çok tanımlaması yapılan liderlik kavramının temelde ortak olarak üç önemli unsuru barındırdığını söylemek mümkündür (Şimşek, 1996: 187):

- Kişiyeye verilen niteleyici özellikler,
- Kişilik özellikleri,
- Lider olan bireyin kendi grubu içerisindeki davranış yapısı.

Formülize etmek gerekirse liderliğin; lider, izleyiciler ve koşullar değişkenlerinden etkilenen bir fonksiyon olduğunu söylemek mümkündür (Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2003: 178).

$$LİDERLİK (ÖNDERLİK) = f(Lider, İzleyiciler ve Koşullar)$$

1.2.2 Liderlik Teorileri

Liderlik pek çok çalışmada değişik değerlendirme ve bakış açısı ile tasnif edilmektedir. Liderlik teorilerinin bugüne kadar yapılan sınıflandırmasında ikiye ayrıldığı görülmüştür. Birincisi, Evrensel liderlik teorileri ikincisi ise, Durumsallık

teorileridir. Evrensel liderlik teorileri kendi içerisinde Özellikler teorileri ve Liderlik davranışı yaklaşımı olmak üzere ayrılmaktadır. Durumsallık teorileri ise, Fred Fiedler'in durumsallık yaklaşımı ve Yol-Amaç teorisi olmak üzere bölümlenerek incelenmiştir. Literatürde yer alan bazı güncel yaklaşımları ise ayrı bir başlıkta liderlik yaklaşımları başlığı içerisinde verilecektir.

1.2.2.1 Evrensel Liderlik Teorileri

Evrensel liderlik teorileri başlığı altında toplanan özellikler teorisi ve liderlik davranışı yaklaşımları bu kısımda irdelenecektir.

1.2.2.1.1 Özellikler Teorisi

Belirli bir grup içerisinde bir kişinin lider olarak belirmesi ve grubun yönetiminde başı çekmesinin nedeni bu kişinin sahip olduğu kişisel özellikleridir. Lider kimseler bu özellikler bakımından grup üyelerinden farklı kişilerdir ve kendilerini grup içerisinde belli edeceklerdir (Koçel, 2011: 576). Bu teoriye göre lider kişinin farklı özelliklerle donatılmış olması gerekmesinden ötürü bir takım özellikler açısından grup içerisinde karşılaştırıldığında liderleri tespit etmek mümkün olacaktır. Özellikler yaklaşımının merkezinde bulunan özellikler ise şunlardır (Genç, 2012: 256):

- Yaş, cinsiyet, boy, ırk, yakışıklılık/güzellik (Fiziki özellikler),
- Başkalarına güven verme, güzel konuşma yeteneği, samimiyet, doğruluk, dürüstlük, açık sözlülük, zeka, bilgi, ilişki kurma yeteneği, inisiyatif kullanma, hissi olgunluk, kararlılık, kendin güven (Sosyal ve psikolojik özellikler).

Bu yaklaşımın saymış olduğu özelliklerin çoğu önemli sayıda çalışmada sayılmasına rağmen bazı liderler belli özelliklere sahip olabileceği ancak o özelliklerin yokluğunda bu kimsenin lider olamayacağı anlamına gelmeyeceği belirtilmektedir (Bolden, Gossing, Marturano ve Dennison, 2003: 6-7).

1.2.2.1.2 Liderlik Davranışı Yaklaşımı

Liderin sahip olduğu özelliklere değinmek yerine, sergilediği davranışların temelinde açıklamaya çalışan yaklaşımlara denmektedir. Bu yaklaşıma göre liderin davranışının iyi analiz edilmesi benimsediği liderlik tarzına ulaştırabilecektir. Davranışsal liderlik kuramlarının ana ideolojisi; liderleri başarılı ve etkin kılan hususun, liderin özelliklerinden daha çok liderlik yaparken sergilediği davranışlar oluşudur (Bolat ve diğerleri, 2008: 174).

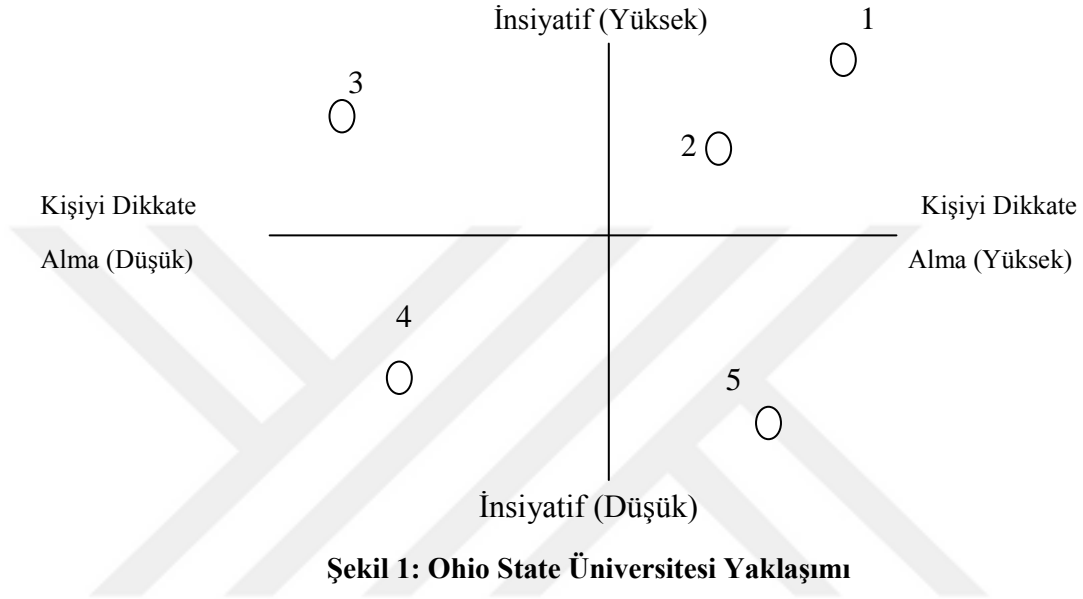
En çok bilinen liderlik davranışı yaklaşım ve çalışmaları; Ohio State ve Michigan Üniversitesi çalışmaları, Blake ve Mouton Yönetim Tarzı Matriksi, X ve Y Yaklaşımı, Sistem 4 Yaklaşımıdır (Genç, 2012: 256-257).

i. Ohio State Üniversitesi Liderlik Çalışmaları

Davranışsal liderlik yaklaşımının ilerlemesine katkı sağlayan çalışmalardan birisi olan Ohio State Üniversitesi çalışmaları 1945 yılında başlamıştır. Çalışmanın baş kısımlarında liderin sergiledikleri davranışları gösteren çeşitli tanımlamalar oluşturulmuş ve sonrasında bu tanımlar faktör analizi kullanılarak çalışılmış olup, liderlik davranışlarını, liderlik sürecini ve ayrıca lider kavramını açıklayan faktörler belirlenmek istenmiştir (Bolat ve diğerleri, 2008: 174). Çalışma sonucunda iki temel bağımsız değişkenin rol oynadığı, liderlik davranışlarının bu iki faktör odağında yoğunlaşmış olduğu tespit edilmiştir. Bunlar; kişiyi dikkate alma ve insiyatiftir (Koçel, 2011: 578). Çalışmada değinilen bir nokta da kişileri dikkate almada ve insiyatifte yüksek seyreden liderler “high-high leader” olarak tanımlanmaktadır ve bu davranış yüksek performans ve bağımlılığı getirir (Robbins ve Coulter, 2014: 564-565).

Kişiyi dikkate alma faktörü; izleyicileri, insanları dinleme, anlama ve onların sorunlarına çözüm bulabilme amacıyla hareket etmesi, grup üyelerinin ihtiyaçlarına ve arzularına yakinen ilgi göstermesi ve bu doğrultuda davranmasını sağlamaktadır (Genç, 2012: 257).

İnsiyatif faktörü; liderin gerçekleştirilmesi arzulan amaç ile ilgili işleri zamanında bitirilmesi için, amaç belirleme, grup üyelerini organize etme, iletişim sistemini belirleme ve gereken prosedürlerin hazırlanarak hayata geçirilmesi için gereken davranışlar bütünüdür (Hamner ve Organ, 1978: 381, Akt. Koçel, 2011: 578).



Şekil 1: Ohio State Üniversitesi Yaklaşımı

Şekil 1’de görüldüğü üzere liderlik davranışları irdelendiğinde eksen üzerinde yer alan 1 numaralı lider en etkin lider olarak, 4 numaralı lider ise en etkisiz lider olarak belirlemektedir. Ayrıca X ekseninde sağa doğru gidildikçe yani liderin kişileri dikkate alan davranışları arttıkça, personel devir hızı ve devamsızlığı ters orantılı olarak azalmaktadır ($3 > 4 > 2 > 5 > 1$). Y ekseninde yukarı doğru gidildikçe başka bir deyişle liderin insiyatifi ele alan davranışları arttıkça grup çalışanlarının performansları aynı şekilde artmaktadır ($1 > 3 > 2 > 4 > 5$).

ii. Michigan Üniversitesi Liderlik Çalışmaları

Davranış odaklı liderlik yaklaşımlarından biri olan Michigan Üniversitesi’nde Rennis Likert tarafından yönetilen çalışmalarda, grup üyelerinin tatminine ve grubun verimliliğine katkı yapan faktörlerin bulunması amaçlanmıştır. Çalışmaların sonuçlarının iki faktör çevresinde toplandığı görülmüştür. Bunlar; kişiye yönelik

davranış ve işe yönelik davranıştır (Koçel, 2011: 579). Başka bir sınıflandırmada ise çalışan odaklı ve üretim odaklı olarak belirtilmektedir (Robbins ve Coulter, 2014: 565).

Kişiye yönelik lider davranışı; daha fazla insanlarla ilgilenen onların motivasyonunu başarının ön koşulu sayan, yetki devrini kabul eden, çalışanların kişisel gelişimine eğilen, ödüllendirme odaklı bir karakter sergilerken işe yönelik davranış ise iş kural ve ilkelerine odaklı, çalışmanın ilke ve yöntemlerine uygun hareket edilip edilmediğini kontrol eden, ceza ve otorite kavramlarına dayalı bir tutum sergiler (Genç, 2012: 258).

iii. Blake ve Mouton'un Yönetim Tarzı Matriksi

Kendilerinden önce yapılan araştırmalar, Robert Blake ve Jane Mouton tarafından geliştirilerek yöneticilerin davranışını açıklamak ve geliştirmek için bir Yönetim Tarzı Matriksi oluşturulmuştur (Bolat vd., 2008: 176). Buna göre belirlenen X eksenini üretime yönelik olma derecesini ifade ederken, Y eksenini kişilerarası ilişkilere yönelik olma derecesini gösterir. Koordinat sisteminde herhangi bir noktada yer alan yönetici tarzının üretime mi yoksa insani ilişkilere mi daha yatkın olduğu orijinden uzaklığına göre belirlenmektedir. Modelin hedefi hangi açıdan eksiklikleri olan lider mevcut ise, o tarafa doğru bir ağırlık noktası belirleyebilir ve kendini geliştirebilir (Genç, 2012: 258).

Blake ve Mouton bu modelde hem yatay ekseninde hem de dikey ekseninde en çok üretkenlik gösterebilecek kısım olan bu noktaya takım yönetimi adını vermişlerdir (Bolden, Gosling, Marturano ve Dennison, 2003: 8).

iv. X ve Y Yaklaşımı

Douglas McGregor'a göre X ve Y yaklaşımı olarak adlandırılan bu yaklaşımda X teorisi şunları işaret eder (Koçel, 2011: 581):

- Ortalama bir insan çalışmaktan hoşlanmaz.
- Ortalama bir insan sorumluluk almak istemez, güvence altında olmak çok önemlidir.

- İnsanlar sıkı bir kontrol altında tutulmalıdır, gerektiğinde cezalandırılmalıdır.

Y teorisi adı altında belirlenen varsayımlar şunlardır (Genç, 2012: 259):

- İnsan için iş, oyun ve dinlenme gibi tabiidir.
- Tembellik kişinin doğuştan getirdiği bir olgu değildir, yaşadığı tecrübeler onu bu hale getirir.
- Kişi belirlediği amaç doğrultusunda kendini kontrol ederek çalışma becerisi gösterebilir.
- Şartlar uygun olduğunda kişi potansiyelini üst düzeyde kullanabilir, daha fazla sorumluluk yüklenebilir.
- Yöneticiler uygun ortam oluşturduklarında, çalışanların kendini geliştirmesi ve sahip olduğu enerjiyi amaçları doğrultusunda kullanmaları mümkün olur.

Bu nedenle, bir liderlik teorisinde X varsayımlarının kabulü otokratik bir tarzı tercih ederken, Y teorisi varsayımlarını tutan bir kişininse daha katılımcı bir tarzı tercih edeceği söylenebilir (Bolden, Gosling, Marturano ve Dennison, 2003: 7).

v. Sistem 4 Yaklaşımı

Lider davranışlarını ön plana koyarak liderliği açıklayan yaklaşımlardan birisi Likert'in sistem 4 modelidir. Bu yaklaşıma göre yöneticilerin ve liderlerin davranışları 4 grup altında toplanmıştır (Genç, 2012: 259-260):

- **Sistem 1 (İstismarcı Otokratik):** Astlara güvenmez, astlar iletişimde serbest hissetmezler ve iş ile ilgili konularını tartışamazlar. Astlara iş ile ilgili konularda nadiren danışır.
- **Sistem 2 (Yardımsever Otokratik):** Astlara az da olsa güven mevcuttur. Astlar kendilerini fazla serbest hissetmezler. Lider astlara bazen danışmaktadır.
- **Sistem 3 (Katılımcı):** Astlara kısmen güven vardır. Nihai kontrolü elinde tutar. Astlarda serbestlik hissi vardır. Genel olarak lider astlara danışmaktadır.

- **Sistem 4 (Demokratik):** Astlara tam olarak güvenir. Astlar tam anlamıyla serbest olduklarını hissederler. Daima, astların fikirlerine danışır ve onların fikrinden faydalanır.

1.2.2.2 Durumsallık Teorileri

Liderliğin değişkenlerinden biri olan koşullar değişkeni göz önünde bulundurarak bu grupta yer alan yaklaşımlar liderliğin oluştuğu koşullara bağlı olarak liderlik tarzlarını belirlemektedir. Durumsal liderlik modeli, liderlik olayının oluştuğu koşullara ağırlık verir. Bu koşulları oluşturan faktörler (Koçel, 2011: 584):

- Gerçekleştirilecek amacın niteliği
- İzleyicilerin beklentileri ve davranışları
- Meslektaşların özellikleri ve beklentileri
- Örgütsel hava ve politikalar
- Liderin kişiliği ve tecrübeleri
- Üstlerin beklentileri ve davranışları

Liderlerin etkinliği ile ilgili yapılan araştırmalar durumsal olarak incelenmekteydi. Bir yandan Caryle'nin insanları liderlik etmeye yetkin ya da yetkin olmayan olarak değerlendirmesini takip eden akademisyenler bulunurken diğer yandan, doğru zamanda doğru yerde olan birinin liderlik rolüne götüren durumların ne olduğunu anlamaya çalışırlar (Porter, Lawler ve Hackman, 1981:422).

Durumsallık teorisi, belirli durumlarda hangi durumların önemli olduğunu belirlemeye ve bu koşullara uygun liderlik tarzının ne olabileceğini araştırmaya ağırlık vermiştir. Çalışmanın bulguları, koşullar değişkeninin değişik liderlik tarzları getirdiğidir (Koçel, 2011: 584).

1.2.2.2.1 Fred Fiedler'in Durumsallık Yaklaşımı

Durumsallık teorisi liderlik alanında en çok incelenen modellerdendir. Söz konusu modele göre, liderlerin davranışlarının ne derece etkin olduğunu belirleyen üç durumsal değişken bulunmaktadır (Koçel, 2011: 585):

- Lider ile takipçileri arasındaki ilişkiler
- Başarılabacak işin özelliği
- Liderin rütbeye dayalı otoritesi

Bu üç faktörün özelliği lidere müspet ya da menfi bir ortam oluşturarak göstermesi gereken liderlik davranışı ile etkileşmektedir ve bu faktörlerin alacağı değerlere göre oluşan her atmosferde farklı bir liderlik davranışı oluşmuş olacaktır. Lider-üye ilişkileri, görev yapısı ve pozisyon gücü bir liderin durum kontrolünü belirler. Liderin çalışanlardan aldığı sadakat, güvenilirlik ve destek onun ilişkilerini de belirler (Bolden, Gosling, Marturano ve Dennison, 2003: 9).

Lider ile izleyiciler arasındaki ilişkiler iyi olarak niteleniyorsa, işler planlı ise, otorite güçlü ise etkili bir liderliğin varlığından söz edilebilir. Aksine lider kendine güvenilemeyen, ilişkileri güçsüz ve otoritesi zayıf ise son derece etkisiz bir liderlikten söz edilecektir. İlişkilerin iyi olduğu ilk durumda lider işlere yönelik davranmalı, ilişkilerin zayıf olduğu durumdaysa kişilere yönelik davranışlar sergilemelidir (Genç, 2012: 260-261).

1.2.2.2.2 Yol-Amaç Teorisi

Robert House ve Martin Evans yol-amaç teorisini motivasyona yakın olan bekleyiş teorisine dayandırmışlardır. Teoriye göre bir insanın sergileyeceği davranışları oluşturan iki ana faktör vardır. Birincisi kişinin davranışlarının belirli sonuçlara ulaştıracağı konusundaki inancı (bekleyiş), ikincisi bu sonuçlara kişinin verdiği değer (valens) olarak belirlenmiştir. Bu modelde, liderin gösterdiği davranışın astların motivasyonuna, tatminine ve performanslarına ne yönde etki göstereceği açıklanmaya çalışılmaktadır. Dolayısıyla bu teori, liderin en önemli işinin takipçiler için son derece önemli sayılacak amaçlarını belirlemek ve izleyicilerin bu amaçlarını gerçekleştirmek için takip edecekleri yollarını bulmalarına öncülük etmek olduğunu anlatmaktadır (Koçel, 2011: 588-589).

1.2.3 Liderlik Yaklaşımları

Her ne kadar literatürde ve çalışmalarda durumsal ve evrensel liderlik yaklaşımları söz konusu edilse de, son zamanlarda ideal bir liderlik yaklaşımı bulma konusunda çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Yapılan bu çalışmaların sonucunda çeşitli güncel liderlik yaklaşımları oluşmaktadır. Bunlardan bazıları olan karizmatik liderlik, dönüştürücü liderlik, yenilik liderliği ve otokratik liderlik bu kısımda anlatılacaktır.

1.2.3.1 Karizmatik Liderlik

Bir sosyolog olan Max Weber diğer yandan karizmatik liderlik konusundaki ilk çalışmaların adresidir. Weber 1947 yılında karizma kavramını “izleyicilerin liderin sıra dışı bir kaliteye sahip olduğuna ilişkin algıları üzerine inşa edilen bir etki” olarak açıklamıştır (Efil, 2013: 180). Kişiliği ve eylemleri insanları belirli şekillerde davranmaya yönlendiren aynı zamanda heveslendiren kendinden emin lider türü karizmatik lider olarak belirmektedir (Robbins ve Coulter, 2014: 571).

Karizmatik liderlik özünde grup üyelerini peşinden sürükleme yetisine sahip olan karakter özelliğindeki liderlere atıf yapar. Bu büyüleyici yapısı sayesinde etkin bir şekilde karar, söz ve emirlerini yerine getirtir (Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2003: 182). Karizmatik liderlikte kişide doğuştan var olan bir yetenek her şekilde gözlemlenebilmektedir. Bu yetenek sayesinde grup bünyesindekileri etkileyebilme gücünü kendisinde saklı tutabilmektedir.

Peki bir liderin pozitif ya da negatif karizmatik özelliklerinden hangisine sahip olduğunu nasıl anlayabilmekteyiz? Bu noktada ölçütün liderin etkisi sonucunda oluşacak çıktının kayıp mı kazanç mı olacağını değerlendirmek gerekeceği görüşü belirtilmektedir (Efil, 2013: 185). Yani sonuçlarının değerlendirilmesi kişisel kıstaslara bırakılmıştır. Bu yaklaşım aslında bazı liderlerin belli kitleler tarafından sempatiklikle karşılanmasını, bazıları tarafından ise karşıt bakılmasını açıklayabilmektedir. Bu liderlere örnek olarak Adolf Hitler, Ayetullah Humeyni, Donald J. Trump, Benito Mussolini verilebilir.

1.2.3.2 Dönüştürücü Liderlik

Eğer bir örgütte etkin bir organizasyon oluşturulmaya çalışılıyor ve çalışanlar müşterilerin taleplerine cevap verilmesi yönünde motive ediliyor ise burada dönüştürücü liderlikten söz etmek mümkündür. Ayrıca dönüştürücü liderler vizyonları ile çalışanlarını değiştirebilen ve çalışanlarına inanan bir yapıya sahiptirler (Ceylan ve Anbar, 2014: 184). Bu liderler sıra dışı sonuçlara ulaşmak için takipçilerini teşvik eder ve onlara ilham verir (Robbins ve Coulter, 2014: 571).

Bugün yapılmakta olan pek çok araştırma dönüştürücü liderliğin etkileşimci liderlikten nasıl ayrıştığını incelemektedir. Etkileşimci liderlik biçiminde yöneticiler çalışanları amaçlarını gerçekleştirmeleri için daha çok para, statü yahut ödüller ile motive etme eğilimindedirler. Dönüştürücü liderlik tipinde yöneticiler ise astlarına bir görevleri olduğunu manen hissettirerek, bir vizyon ve hayale yönlendirerek sonuca ulaşmaktadırlar (Eren, 2008: 460). Dönüştürücü liderlik ve etkileşimci liderlik birbirine zıt değildir, etkileşimci liderlik dönüştürücü liderlikten geliştirilmektedir (Robbins ve Coulter, 2014: 571). Temel olarak dönüştürücü liderlik ve etkileşimci liderlik farkı amaca giden yoldaki eylem farklılığı olarak gösterilebilir.

Ohio State Üniversitesi yaklaşımı, Fiedler yaklaşımı ve Yol-Amaç teorisi de takipçilerine onları çeşitli ödevler doğrultusunda istediklerini yapmaya rehberlik etme bağlamında dönüştürücü liderlik örneği olarak gözlenebilmektedir. Andrea Jung Avon markası ile dönüştürücü liderliğe iyi bir örnektir (Robbins ve Judge, 2013: 416).

1.2.3.3 Yenilik Liderliği

Örgütsel yenilik şüphesiz gelişim için olmazsa olmazlardandır. Şayet bir yapıda yenilik meydana getirilmek isteniyorsa yenilik süreci doğru şekilde yönetilebilmelidir. Bu bağlamda Knight örgütsel yenilik sürecinin iki temel perspektiften oluştuğunu belirtmiştir. Bunlar Knight tarafından bir fikrin yaratılması ve geliştirilmesi; bu fikrin örgüt üyelerine tanıtılması ve benimsenmesi olarak aşamalandırılmıştır (Akt., Sabuncuoğlu, 2008: 1).

Yenilik söz konusu olduğunda organizasyonda lider gerekliliği meydana gelmektedir. Örgütlerindeki değişim ve yenilik süreçlerini etkin bir şekilde hayata geçirecek liderler geleneksel liderlik özelliklerinden farklı olarak yaklaşım

sergilemek zorundadırlar (Serinkan, 2008: 66). Geçirilecek değişimin başarılı olması için yenilik liderliği özelliğine sahip bir lider tarafından iyi yönetilmesi gerekebilmektedir. Değişim ve yenilik süreçlerini başarılı bir biçimde yürütecek liderin uygulaması gereken süreçler şu şekilde belirtilmiştir (Gill, 2003: 311):

1. Entelektüel boyut: İnsanların aklını kazanmak için gereklidir.
2. Ruhsal (manevi) boyut: İnsanların ruhlarını kazanmak için gereklidir.
3. Duygusal (hissel) boyut: İnsanların kalplerini kazanmak için gereklidir.
4. Davranışsal (eylem) boyutu: Beden dili ile duyguları kullanmayı ve duygulara hitap etmeyi gerektirir.

1.2.3.4 Otokratik Liderlik

Otokratik tipteki liderlik modelinde liderin yetkisinin ve mevkisinin tüm imkanlarıyla kullanılıp baskı ile yönetim yaptığını söylemek mümkündür. Astlarının düşünceleri önemli değildir yönetici sadece kendi kararlarının uygulamaya konmasını önemsemektedir ve bu yönüyle olumsuz lider tiplerinde yerini bulmaktadır (Akat, 1984: 182).

1.2.4 Liderlerin Temel Nitelikleri

Liderlerin pek çok özelliğinin karakterlerinden kaynaklandığı bilinmektedir. İşletmeler içerisinde lider kimselerin üstlendiği bir takım özellikler vardır. Bunlar Tablo 6'da gösterilmektedir:

Tablo 6: Liderlik Fonksiyonları

Liderlik Fonksiyonları	Açıklama
Uygulayıcı olarak lider	Grup çalışmaları koordine edilir.
Planlayıcı olarak lider	İşletmenin amacına ulaşması için çalışanları planlar.
Uzman olarak lider	Bilgi ve beceri sahibi oluşunu çalışanlara yansıtır.
Sözcü olarak lider	Grubunu diğer gruplar karşısında temsil eder.
Kontrolör olarak lider	Çalışan bireyleri ve etkinliklerini kontrol eder.
Ödüllendiren ve cezalandıran olarak lider	Belli sınırlar içinde çalışanlara ödül ve ceza uygular.
Hakem ve aracı olarak lider	Çatışma ortamı ve iç ilişkilerine aracılık ve liderlik eder.
Örnek olarak lider	Örnek davranış ve tutumlar sergiler.
Grup sembolü olarak lider	Gruplar kendilerine özgü semboller atayabilirler.
Suç üstlenen veya üyelere babalık yapan kişi olarak lider	Üyelerin sorunlarını çözerek duygusal olarak bağ kurar.

Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2003: 204.

Liderliğin girişimciye sağladığı pek çok katkı ve motivasyon bulunmaktadır. Başarılı olabilmeleri için gereken ön koşullardan birisi organizasyondaki ya da örgütteki diğer kişileri motive ederek etkileyebilmeleri ve yönlendirebilmeleridir (Goleman, 2000: 5). Bu da yalnızca liderlik özelliğinin var olmasıyla gerçekleştirilebilir. Bunun dışında liderlik özellikleri girişimciye şu özellikleri kazandırmaktadır (Marangoz, 2008: 14):

- Eksikleri giderme,
- Problemlere yaratıcı çözümler bulma,
- Olumsuzlukları belirleme,
- Fırsat ve tehditleri açıklama,
- Belirsizliği ele alma,
- Pozitif ve verimli yön belirleyici olma.

1.2.5 Liderlik ve Yöneticilik

Liderlik ve yöneticiliğin benzer kavramlar olarak düşünülmesine karşın; liderlik bir önderliği, yöneticilik ise resmi otoriteyi çağrıştırmaktadır (Tikici ve Aksoy, 2012: 11). Bir grubun bir vizyon veya hedeflerine ulaşmasını etkileme yeteneğine kısaca liderlik denmektedir (Robbins ve Judge, 2013: 402).

Yöneticilikle liderliğin birbirinden ayrı kavramlar olduğunu anlayabilmenin yolu kesişim ve ayırım noktalarını bilmekten geçer. Yöneticilik rolüne haiz olmayan liderler olduğu gibi, liderlik vasıflarına sahip olmayan yöneticiler de olabilir. Yani birbirlerinin yerine ikame edilebilecek kavramlar değildir buna ilaveten, yöneticilerin aynı zamanda liderlik niteliklerine de sahip olmaları ve liderlerin yaptıkları işleri yapmaları ideal durumu sergilemektedir (Koçel, 2011:572).

Lider olmak için muhakkak bir yapı ya da organizasyon içerisinde yer alması gerekmemekte olup, başlı başına kendi işletmesini de kurabilmekte ve yöneticilik ile liderlik özelliklerini bu ekseninde geliştirebilmektedir. Yönetici, tanımlanan görev için atama ile o göreve getirilir. Liderlik atama olgusu dışında, bireyin bağlı olduğu grup içerisinde belli özellikleri taşımasının sonucu olarak belirginleşir ve yer edinir (Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2003: 179).

Organizasyonun optimal etkililik için güçlü liderlik ve güçlü yönetime birlikte ihtiyaçları vardır. Lider; daha çok gelecekle ilgili planlamalar yapar ve vizyon geliştirirken, yöneticiler günlük rutinleri ve detaylı planlamaları yapmaktadır (Robbins ve Judge, 2013: 402).

Liderlik daima gelişim ve devinim ister, yeniliklere öncülük eden çok sayıda kimsenin de bu özellikleri taşıdığını görmekteyiz. Ayrıca yöneticiler iyi birer önder yani lider olabilmelidirler (Şimşek ve Çelik, 2013: 124).

Tablo 7’de yöneticilerin ve liderlerin ayrıştığı yönler gösterilmektedir.

Tablo 7: Yönetici ve Lider Ayrımı

YÖNETİCİ	LİDER
<ul style="list-style-type: none">• İdarecidir.• Tekrarcıdır• Devam ettiricidir• Sistem ve yapı üzerine odaklanır• Denetime güvenir• Kısa vadeli görüşe sahiptir• Nasıl ve ne zaman sorularını sorar• Klasik anlamda iyi uygulayıcıdır• Mevcut durumu kabul eder	<ul style="list-style-type: none">• Yenilikçidir• Orijinaldir• Geliştiricidir• İnsan üzerine odaklanır• Dürüştür, doğruluğa güvenir• Uzun vadeli perspektife sahiptir• Neden ve niçin sorularını sorar• Kendini gerçekleştirmektedir• Mevcut duruma karşı çıkar

Marangoz, 2013:8.

Yöneticinin amaçları arzu ve istekleri kaynaklı olmamakla beraber, gerekliliklerden beslenir yani rutin olan işleri yönetmesi kendisinden beklenir. Buna karşın lider amaçlarını gerçekleştirir iken kişisel ve etkin karar mekanizmasını devreye sokar (Zaleznik, 1999: 67). Bu bağlamda tüm farklar göz önüne alındığında yönetici ve lider arasındaki ayrımın temelde yatan prensibinin risk alma faktörü olduğu görülebilmektedir.

1.2.6 Kadınlar ve Liderlik

Kadın olma ve girişimciliği yürüten kimsenin kadın olması durumunda bazı sonuçlar gözlenmektedir. Ataerkil toplumlarda destek, özgürlük ve olanaklar açısından pozitif bir bakış mevcuttur. Her ne kadar kadınların erkekler kadar eğitime erişim olanağı bulunmasa, iş olanakları daha sınırlı olsa dahi gelişen dünyada gittikçe daha çok yer bulmaktadırlar (Bullough, 2013: 368-369). Kadınların girişimciliğe katılımını teşvik etme çabasının çoğalması, teşvik ve destek programlarının artırılması ve ev dışı organizasyonlarda liderlik etmesinin önünün son zamanlarda gelişmekte olan ülkelerde açılması son derece önemli olarak ifade edilebilir. Kadınların girişimci olma ve işlerini kurma oranı erkek girişimcilerin iki katı kadardır (Brush, 1992: 5). Kadınların girişimciliğe olan katkısının ve liderlik vasıflarını üzerlerinde taşıdığına gösterilebilmesine bu çalışmanın katkı sağlamayı hedeflediği söylenebilir.

1.3 KOBİ

KOBİ'ler; ekonomide kapladıkları geniş alan, etkin bir grup olmaları, güçleri, dinamikleri ve daha birçok sebep nedeniyle yer aldıkları ülkelerde bölgesel eşitsizliği ve gelişmişlik farklarını gidermede, istihdam kaynağı olarak işgücü yetiştirmede, sürdürülebilir ekonomik büyümede son derece önemli bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır (Akgemci, 2001: 18). Güçlü KOBİ'lerin varlığı demek, başarıları, hırslı yapıları, kararlı duruşları, risklere karşı toleransları ve her koşula uyabilecek esnek yapıları ile kurulacak yeni girişimciliklere destek ve örnek olmaları olduğu ifade edilebilir. Bundan yola çıkarak, ülkemizdeki işletmeler içerisinde nitelik ve nicelik olarak fazlaca olan KOBİ'lerin varlığının göz ardı edilemeyeceği söylenebilecektir.

Avolio ve Yammarino çalışmalarında KOBİ'lerin başarılarındaki liderlerinin liderlik aktivitelerinin organizasyon için en önemli unsur olduğunu söylemektedirler (Avolio ve Yammarino, akt. Madanchian ve Taherdoost, 2017: 240). Yeni ekonomik konjonktürde rekabetin günden güne değişmesi koşullarına adapte olamayan KOBİ'lerin sektörlerinde geriye düşmeleri söz konusu olabilecektir. Aynı şekilde liderlik vasıflarını korumayan, organizasyonel ve girişimcilik performanslarını kullanamayan KOBİ'lerin pazardaki konumunu kaybedebilmesi söz konusu olabilecektir.

1.3.1 KOBİ Kavramı

KOBİ tanımında tek bir görüşe uzun zaman boyunca varılamamış olup, uzlaşımın olmaması nedeniyle ülkeler arasında gelişmiş olan ve olmayan ülkelerde farklı tanımlar, ülke içerisinde farklı kurum ve kuruluşlarca tanımlar yapılmış ve uygulanmıştır. Bunun yanı sıra yaygın olarak kabul gören tanımlamalar yok da değildir. Öncelikle genel kabul görmüş tanımlamalara yer verilecektir. Sonrasında kurum kuruluşlarca oluşturulan KOBİ tanımları ve sınıflandırmaları tasnif edilecek ve sunulacaktır.

KOBİ'lerin tanımlanmasında en önemli değinilecek unsur olan somut ölçütler sermaye ve personel sayısı olmaktadır. Buna karşın soyut ölçüt olarak üç temel sınıflandırmada ele alınan unsurlar; KOBİ'lerde bağımsız bir yapı olması, KOBİ'lerin girişimcilik motivasyonunun belirgin olması ve KOBİ'lerde kişisel ilişkilerin oynadığı roldür (Bağrıaçık, 1989: 5-6).

1.3.1.1 Dünya'da KOBİ Kavramı

Dünya genelinde KOBİ'lere ilişkin çalışmaları bulunan pek çok kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Bu konuda en çok çalışması olan kurum ve kuruluşlar ele alınacak olup tanımları paylaşılacaktır. Bunlar ise; AB, OECD, UNIDO, Dünya Bankası olarak belirlenmiştir.

Avrupa Birliği'nin KOBİ serüveni uzun yılları kapsamakla birlikte ilk kez 1996 yılında AB Ülkeleri için KOBİ tanımı geliştirmiştir. Son haliyle 2015 yılında AB tarafından verilen toplulaştırılmış tanımlamaya göre mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeler; 250 çalışandan az çalışan istihdam eden, yıllık cirosu 50 milyon avroyu aşmayan, yıllık bilanço toplamı ise 43 milyon avroyu aşmayan işletmelerdir şeklinde tanım görmektedir (Çela ve Gaspari, 2015: 2). Tablo 8'de mikro, küçük ve orta işletmelerin rakamsal sınırlamaları sunulmaktadır.

Tablo 8: AB KOBİ Sınıflandırması

Kategori	Çalışan Sayısı	Ciro	Bilanço Toplamı
Mikro İşletme	<10	<2 milyon €	<2 milyon €
Küçük İşletme	<50	<10 milyon €	<10 milyon €
Orta İşletme	<250	<50 milyon €	<43 milyon €

EU, 2015.

Tablo 8’de sunulan veriler göstermektedir ki AB sınıflandırmasına göre;

- Mikro İşletme sayılabilmesi için çalışan sayısının 10’dan az, bilanço büyüklüğü ve yıllık cirosunun ise 2 milyon avrodan az olması gerekmektedir.
- Küçük İşletme sayılabilmesi için çalışan sayısının 50’dan az, bilanço büyüklüğü ve yıllık cirosunun ise 10 milyon avrodan az olması gerekmektedir.
- Orta Ölçekli İşletme sayılabilmesi için çalışan sayısının 250’dan az, bilanço büyüklüğünün 43 milyon avrodan ve yıllık cirosunun ise 50 milyon avrodan az olması gerekmektedir.

OECD’nin yapmış olduğu KOBİ tanımında göze çarpan unsur, bir yere bağlı olmayan ve bağımsız firmalar oluşu ve belirli sayılar altında istihdam etmesi koşuludur. Ülkeler arasında değişkenlik gösteren rakamsal verilerde ise en çok kullanılan limitin AB ile paralellik göstererek 250 kişilik çalışan olduğu görülmektedir. (OECD, 2005: 17). OECD yapısı itibariyle KOBİ’lerin yalnızca ekonomik hayatta önemli birer aktör olmadığına aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutlarının da önemsenmesi gerektiğini savunmaktadır (USAID, 2007: 4).

Ayrıca 1-19 arası kişi çalıştırma durumunda Küçük İşletme olarak, 20-29 arasında kişi çalıştırma durumunda ise Orta Ölçekli İşletme olarak anılacaktır. Böylelikle yalnızca ikili bir ayırım olduğu görülmektedir (Akdemir,1990:216/ Öğüt ve Karayel, 2011: 32). Bunun yanı sıra, 1980 yılında Dünya Bankası tarafından verilen tanıma göre 1-50 kişi arasında işçi çalışması durumunda işletmeler Küçük Ölçekli, 51-200 kişi arasında işçi çalışması durumunda işletmeler Orta Ölçekli, 200’den çok işçi çalıştırırsa şayet söz konusu işletmelere Büyük Ölçekli İşletmeler denmiştir (Müftüoğlu, 2013: 132).

UNIDO geliştirmekte olan ülkeleri ve ekonomileri geçiş döneminde olan ülkelerin küçük ve orta ölçekli işletmelerini destekleme amacıyla oluşturulan bir örgüttür. Bu sebeple belirgin bir rakamsal ayırıma gitmemiş ve nitel sınırlandırmalar ile büyük işletmeler ile KOBİ’lere ilişkin bir ayırım sunmuştur.

KOBİ'lerin belirlenmesinde rol oynayan nitel unsurlar; yöneticinin işletme sahipliğine ve kişiliğine dair özellikleri, mezuniyete dair eksiklik ve bilgi sahibi olmada yetersizlik, kişisel iletişim, belirli olmayan rekabet ve risk ortamı, işgücüne dayanan üretim, sezgisel yaklaşım, aile fonlarının işletmesinde oynadığı rol ve öz sermayesinin durumudur (Dababneh ve Tukan, 2007: 7).

1.3.1.2 Türkiye’de KOBİ Kavramı

KOBİ'ler Türkiye’de sayıları ve iş gücü içerisindeki yüksek payları sebebiyle önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye’de endüstriyellemenin hızlanması ile çok kapasiteli işletmelere olan ihtiyaç kadar aralarında üretim sürecine katkı sağlayacak, hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösterecek nispeten küçük ve etkin birimlere ihtiyacın olduğu görülmüştür. Bu ihtiyacı sağlayan unsur Türkiye’de pek çok ülke gibi KOBİ'ler olmuştur.

Türkiye Cumhuriyeti’nin temellerinin atıldığı ve ekonomik hayatında tutundurulmaya çalışıldığı Cumhuriyet’in ilk yıllarında gerçekleştirilen Birinci İzmir İktisat Kongresi ile KOBİ'lerin ülke ekonomisi içerisindeki rolü miladi olarak belirlenmiş oldu. 1927 yılı ile 1942 yılları arasında yürürlükte olan Teşvik-i Sanayi Kanunu’nda ilk KOBİ tanımı yer almış olup, “en az on beygirlik muharrik güç ile en az beş işçi çalıştıran işletmeler birinci sınıf işletmelerdir.” denerek kriterleri belirlenmiştir (Müftüoğlu, 2013: 116).

KOBİ tanımı süregelen yıllar içerisinde ortak bir karara varılmadan uygulamada ayrılık gözüken konulardan biri olagelmekteydi. Bu dönem içerisinde kullanılan KOBİ tanımına ilişkin farklı kurum kuruluşlardan örnek verilmesi gerekirse; Devlet Planlama Teşkilatı’nda 10 – 40 arası çalışanı olan işletmeler, Devlet İstatistik Enstitüsü’nde 10 – 49 arası çalışanı olan işletmeler, KOSGEB’nde 1 – 50 arası çalışanı olan işletmeler, İstanbul Sanayi Odası’nda 1 – 19 arası çalışanı olan işletmeler ve İstanbul Ticaret Odası’nda 1 – 25 arası çalışanı olan işletmeler KOBİ olarak anılmaktaydı (Serinkan ve Cabar, 2008:4). 2005 yılında kesin bir tanıma gidilene kadar çeşitli özel sektör ve kamu kurum kuruluşları tarafından kullanılan KOBİ tanımları Tablo 9, Tablo 10 ve Tablo 11’de sunulmaktadır.

Tablo 9: Türkiye’de 2005 yılı öncesinde KOSGEB’ce kullanılan KOBİ Tanımları

Kurum / Kuruluş Adı	Tanımın Geçerli olduğu Tarih	Sektörel Kapsamı	Tanım Kriterleri	Mikro Ölçekli İşletme	Küçük Ölçekli İşletme	Orta Ölçekli İşletme	Büyük Ölçekli İşletme
KÜSGET	1983-1990	-	Çalışan Sayısı	-	1-9	10-49	50 ve üzeri
KOSGEB	1990	İmalat	Çalışan Sayısı		1-50	50-150	

Müftüoğlu, 2013: 116-138.

KOSGEB tarafından KOBİ tanımında çalışan sayısı baz alınırken DİE tarafından kimi yıllar için çalışan sayısı yerine motor gücünün kayda alındığı Tablo 10 ‘da görülmektedir.

Tablo 10: Türkiye’de 2005 yılı öncesinde DİE’nce kullanılan KOBİ Tanımları

Kurum / Kuruluş Adı	Tanımın Geçerli olduğu Tarih	Tanım Kriterleri	Küçük Ölçekli İşletme	Orta Ölçekli İşletme	Büyük Ölçekli İşletme
Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)	1927-1950	Çalışan Sayısı	4’ün altında	-	4 ve üzeri
	1950-1963	Motor Gücü	10’un altında		10 ve üzeri
	1963-1970	Çalışan Sayısı	10’un altında		10 ve üzeri
	1970- 1980	Çalışan Sayısı ve Motor Gücü	19’un altı çalışan ve 50’nin altında motor gücü		19 ve üzeri çalışan ve 50 ve üzeri motor gücü
	1980-1983	Çalışan Sayısı	10’un altında		10 ve üzeri
	1983	Çalışan Sayısı	1 ile 9 arası	10 ile 24 arası	25 ve üzeri

Müftüoğlu, 2013: 116-138.

Halkbank kullandığı KOBİ tanımlarını kısa süreli aralıklar ile revizyona uğratarak uygulamıştır. Tablo 11’de Halkbank tarafından kullanılan KOBİ tanımları yıllara göre sunulmaktadır.

Tablo 11: Türkiye’de 2005 yılı öncesinde Halkbank tarafından kullanılan KOBİ Tanımları

Kurum / Kuruluş Adı	Tanımın Geçerli olduğu Tarih	Tanım Kriterleri	Küçük Ölçekli İşletme	Orta Ölçekli İşletme	Büyük Ölçekli İşletme
Halkbank	1982	Çalışan Sayısı ve Makine Parkı Bilanço Değeri	25 ve altında çalışan , 20 bin TL ve altında makin parkı bilanço değeri		
	1985		50 ve altında çalışan , 120 bin TL ve altında makin parkı bilanço değeri		
	1988		50’nin altında çalışan sayısı ve 260 bin TL ve altında makine parkı değeri	50 ve 99 arası çalışan sayısı ve 260 bin TL ile 2,5 Milyon TL arası makine parkı değeri	100 ve üzeri çalışan sayısı ve 2,5 milyon TL üzeri makine parkı değeri

Müftüoğlu, 2013: 116-138.

Sunulan çeşitli tanımlardan görüleceği üzere tek bir tanım yahut tek bir ölçüt metodu bulunmadığından dolayı bu ihtiyaç fark edilmiş ve 2005 yılında çeşitli çalışmalar gerçekleştirilerek tüm kurum kuruluşlara öncü olacak KOBİ kriterleri belirlenmiştir.

2005 yılında yayınlanan “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik”, 2005/9617 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konmuştur. Takip eden revizyonlardan sonra nihai revizyonunu 2012 yılında geçirmiş olan KOBİ Yönetmeliği Madde 3. B Bendine göre KOBİ tanımı şu şekilde yer almıştır:

“Küçük ve orta büyüklükte işletme (KOBİ): İki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan ve bu Yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimleri veya girişimleri” olarak ifade edilmektedir (Resmi Gazete, 2012: madde 3).

Aynı Resmi Gazete Madde 3. A Bendinde ise boyutuna bakılmaksızın işletme tanımı şu şekilde yapılmaktadır: “İşletme: Yasal statüsü ne olursa olsun, bir veya birden çok gerçek veya tüzel kişiye ait olup bir ekonomik faaliyette bulunan birimleri veya girişimleri” ifade eder (Resmi Gazete, 2012: madde 3).

Tablo 12’de Mikro, Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmelerin sınıflandırılmasının tablolaştırılmış hali sunulmuştur (Resmi Gazete, 2012: madde 4):

Tablo 12: Türkiye’de KOBİ’lerin Sınıflandırılması

KOBİ	Çalışan Sayısı (n)	Net Satış veya Mali Bilanço Değeri (Milyon TL) (m)
Mikro İşletme	$n < 10$	$m \leq 1$
Küçük İşletme	$10 \leq n < 50$	$1 < m \leq 8$
Orta Büyüklükteki İşletme	$50 \leq n < 250$	$5 < m \leq 40$

04.11.2012 tarih ve 284577 sayılı Resmi Gazeteden derlenmiştir.

Anılan yönetmelikte KOBİ sınıflandırmasının dışında işletmelerin birbirlerine olan ortaklık derecelerini gösteren farklı bir sınıflandırma da bulunmaktadır. Üç sınıf olarak belirlenmiş işletmeler Bağlı İşletme, Ortak İşletme ve Bağımsız İşletme olarak geçmektedir (Tablo 13).

Tablo 13: Türkiye’de İşletmelerin Sınıflandırılması

Bağlı İşletme	Bir işletmenin; <ul style="list-style-type: none">• Başka bir işletmenin sermaye veya oy haklarının çoğunluğuna sahip olması,• Başka bir işletmenin yönetim, yürütme veya denetim kurulu üyelerinin çoğunluğunu atama veya azletme yetkisine sahip olması,• Başka bir işletmenin hissedarı veya ortağı olup, bu işletmenin diğer hissedarları veya ortaklarıyla yaptığı anlaşma ile bunların oy haklarının çoğunluğunu tek başına kontrol etme hakkına sahip olması durumlarında geçerlidir.
Ortak İşletme	Bir işletmenin; <ul style="list-style-type: none">• tek başına veya bağlı işletmeleriyle birlikte hakim etki yaratmayacak şekilde, başka bir işletmenin oy hakları veya sermayesinin yüzde yirmi beş ve fazlasına ve yüzde ellisi ve daha azına sahip olması,• ya kendisinin oy hakları veya sermayesinin yüzde yirmi beş ve fazlasına ve yüzde ellisi ve daha azına başka bir işletmenin hakim etki yaratmayacak şekilde sahip olması durumlarında geçerlidir.
Bağımsız İşletme	Bir işletme; <ul style="list-style-type: none">• başka bir işletmenin yüzde yirmi beş veya daha fazlasına sahip değilse,• Herhangi bir tüzel veya gerçek kişi işletmenin yüzde yirmi beş veya daha fazlasına sahip değilse,• Konsolide hesaplar düzenlemiyor ve başka bir konsolide hesap düzenleyen işletmenin hesaplarında yer almaması durumlarında geçerlidir.

04.11.2012 tarih ve 284577 sayılı Resmi Gazeteden derlenmiştir.

Tablo 13’de yer alan Bağımsız, Bağlı ya da Ortak statüsünde işletme olunması durumu KOBİ ünvanı ile anlaşıldığı üzere aynı anlama gelmemektedir. Son revizyonunun yayınlanması ile birlikte kavramların birbirinden net biçimde ayrışması sağlanmış olup beklenen adım atılmıştır.

1.3.2 KOBİ’lerin Ekonomideki Yeri

Son zamanlarda KOBİ’ler, küreselleşmenin de sağladığı ortak rekabet koşullarında yerlerini almak suretiyle rakipleriyle çarpışmak zorunda kalmaktadırlar. Ülkede toplam işletmelerin arasında ve yapılan toplam girişimlerin arasında KOBİ’lerin %99,8 olan devasa yüksek bir orana sahip olması önemini ve özelliğini ispatlamak için başlı başına bir göstergedir (TUIK, 25/11/2016 21540 sayılı bülten). Farklı rakamların da bu durumu ispatlar nitelikte olduğu bir gerçektir.

KOBİ'ler aynı zamanda ülkede toplam istihdam sayısının %73,5'ini, toplam personel ücretlerinin %54,1'ini, toplam cironun %62'sini, faktör maliyetiyle katma değer %53,5'ini ve maddi malların brüt yatırımının ise %55'ini oluşturmaktadır (TUİK, 25/11/2016 21540 sayılı bülten).

KOBİ'lerin sosyal ve ekonomik yönde katkılarının olduğu ortaya konabilmektedir. Aşağıda sayılan nedenler bakımından KOBİ'ler olumlu katkı sağlamaktadırlar (Hobohm, 2001: 3-4):

- Ekonomik ve sosyal anlamda; KOBİ'ler emek yoğun nitelik taşıdıkları için işsizliğin azalmasını ve büyük işletmelere nazaran gelir dağılımında daha adil olunmasını sağlarlar. İstihdam oluşturmada ve kadınların iş hayatına katılmasında faydaları vardır.
- Kaynakların daha etkin dağılımını sağlarlar. Gelişmekte olan ülkelerde bol olan insan kaynağını işçi yoğun üretimi kullanır ve kıt olan sermaye gücünü doğru biçimde yansıtarak kaynakları daha doğru kullanırlar.
- Sistematik üretim kapasitelerini destekler. Girişimciliğe katkı sağlarlar. Kır ve kentsel olarak büyük küçük firmaların bulunduğu pazarlarda ekonomik hareketlilik ve canlılık sağlarlar.

KOBİ'lerin sektörel dağılımları önemli bir göstergedir. 2002-2014 yılları arasında hizmet sektörünün yaklaşık %50 ve üzerinde oranlarıyla tarım ve sanayiye göre başı çektiği görülmektedir. Hizmet sektörünün ardından ikinci sırada sanayi sektörü gelmekte ve 2002-2014 yılları arasında %30 dolaylarında seyretmektedir. Tarım sektöründe ise 2000'li yıllardan itibaren kuvvetle muhtemel şehirleşmenin etkisiyle yüksek oranlarda bir düşüş eğilimi görüldüğünü söylemek mümkündür. Tablo 14'de ana faaliyet dallarının KOBİ'lere dağılımı görmek mümkündür.

Tablo 14: Ana Faaliyet Kodlarına KOBİ'lerin Sektör Payları (%)

Yıl	Tarım	Sanayi	Hizmetler
2002	12.2	30.3	54.8
2003	11.4	31.0	54.2
2004	10.7	31.7	54.5
2005	10.6	31.8	54.6
2006	10.0	32.8	54.7
2007	8.9	33.1	55.6
2008	9.3	32.5	56.5
2009	10.1	31.2	58.3
2010	9.4	32.5	57.5
2011	9.2	32.9	57.4
2012	9.3	32.8	57.7
2013	9.2	32.7	58.4
2014	8.8	32.9	59.1

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21864>, Erişim tarihi: 20/03/2017.

Sanayi sektörünün tek başına büyüme hızına bakıldığında değer olarak 2002 yılından 2014 yılına kadar iki katına çıktığı görülmektedir. Artışın her yıl olmadığı söylenebilmektedir 2008 ve 2009 yıllarında Gayri Safi Yurt İçi Hasılatının düşüş oranına göre sanayi sektöründe daha fazla düşüş yaşandığı da Tablo 15'te görülebilmektedir. Büyüme olduğu diğer yıllarda ise büyüme oranı 2010 yılında %13,9 ile rekoruna ulaşmıştır. Sanayi sektöründe yer alan KOBİ'ler daima ülkenin baş tacı olması gerekmekte ve büyümelerini teşvik edici her türlü projede yer almaları için her türlü kolaylık sağlanmalıdır. Sürdürülebilir büyüme; tüm sektörlerde geri adım atılmaksızın daima ilerlemeleri ve genişlemeleri sayesinde oluşabilecektir.

Tablo 15: Ana Faaliyet Kodlarına Göre GSYH ve Sanayi'nin Aldığı Pay

	GSYH		Sanayi'nin Payı		
	Değer (TL)	Büyüme Hızı (%)	Değer (TL)	Payı (%)	Büyüme Hızı (%)
2002	72.519.831	6.2	22.001.769	30.3	4.7
2003	76.338.193	5.3	23.688.952	31.0	7.7
2004	83.485.591	9.4	26.443.798	31.7	11.6
2005	90.499.731	8.4	28.775.042	31.8	8.8
2006	96.738.320	6.9	31.721.615	32.8	10.2
2007	101.254.625	4.7	33.550.094	33.1	5.8
2008	101.921.730	0.7	33.111.744	32.5	-1.3
2009	97.003.114	-4.8	30.262.712	31.2	-8.6
2010	105.885.644	9.2	34.463.146	32.5	13.9
2011	115.174.724	8.8	37.919.699	32.9	10.0
2012	117.625.021	2.1	38.526.014	32.8	1.6
2013	122.476.094	4.1	40.073.305	32.7	4.0
2014	126.069.789	2.9	41.509.785	32.9	3.5

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21864>, Erişim tarihi: 20/03/2017.

Dünya üzerindeki çoğu ülkede KOBİ'lerin görünümü benzer olabilecektir. Ülke ekonomilerinde tüm dünya ülkelerinde KOBİ'lerin büyük çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Tablo 16'da bazı dünya ülkelerinde KOBİ oranları verilmiştir. İşletmeler içindeki paylarında en düşük oran İtalya ve Hollanda'da %98 olmaktadır. Türkiye açısından yorumlanması gereken oran toplam ihracat içindeki payın %8 - %10 arasındayken tüm diğer ülkelerde %22,2 ve üzeri oranlardadır. Türkiye'deki KOBİ'lerin ticaretlerini yurtdışına taşımaları gerekliliği dikkatleri çekmektedir. Diğer geri kalan nokta ise toplam krediler içindeki payın Türkiye'de düşük olmasıdır. Bunun işaret ettiği durum ise KOBİ'lerin finansal kuruluşlardaki kredibilitésinin muhtemelen düşük olmasıdır. Zaten son yıllarda KOBİ'lere dönük finansal programların artırılmış olması ve kredi faizlerinde kolaylık sağlanması, ödemelerde çeşitli opsiyonlar sunulması bu ihtiyacın doğmasından ileri gelmektedir.

Tablo 16: Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Yeri

Ülke	Tüm işletmeler içindeki payı (%)	Toplam istihdam içindeki payı (%)	Toplam yatırımdaki payı (%)	Yaratılan katma değerdeki payı (%)	Toplam ihracat içindeki pay (%)	Toplam krediler içindeki pay (%)
ABD	99.7	56.6	38.0	43.0	32.0	42.7
Almanya	99.0	64.0	44.0	49.0	31.0	35.0
Japonya	99.4	81.4	40.0	52.0	38.0	50.0
Fransa	99.8	63.1	46.0	53.2	23.2	29.0
İngiltere	98.8	36.0	29.5	25.1	22.2	27.2
İtalya	98.0	83.0	52.0	47.0	-	-
Hollanda	98.0	57.0	45.0	32.0	38.0	-
Türkiye	99.89	76.7	26.5	38.0	8.0-10.0	4.0-5.0

Akbank, 2005: 5, Akt., Erdoğan, 2012: 109.

KOBİ'ler ekonomideki belirgin yerlerine karşın yine de bölgesel olarak kalmakta yahut beklenen büyümeyi gerçekleştirememektedirler. Her ülke bireysel ve toplu olarak belli noktalarda çalışmalar yapar ise daha etkin sonuçlar alınacağı şüphesizdir. Dünya genelinde özellikle gelişmekte olan ülkelere verilen tavsiye niteliğindeki argümanlar aşağıdaki politika başlıklarında belirtildiği gibidir (EBRD, ETF, EU ve OECD, 2016: 18-19):

- KOBİ'lerin finansmana erişiminin önündeki engellerin kaldırılması gerekliliği,
- Kurumsal, düzenleyici ve işletme çevreleri için güçlendirici hamleler yapılmalıdır,
- Yetenekleri ve tecrübeleri artırıcı eğitimler yapılmalı ve girişimcilerin (kadın, erkek ve okul çağındaki girişimciler) bilgilendirilmesi ve girişimciliğe dayalı bir kalkınma gerçekleştirilmelidir,
- Teknolojik inovasyona KOBİ'ler dahil edilmeli ve teşvik edici politikalar geliştirilmelidir,
- Bölgelerinden dışarı açılabilmesi için standartlaşma getirilmeli ve ihracatları teşvik edilmelidir.

1.3.3 KOBİ'lerin Temel Nitelikleri

KOBİ'ler taşıdıkları özellikleri, ürettikleri ürün veya hizmet grubu, içinde buldukları ekonomik düzen, sosyal yaşantı ve yönetim yahut liderlerinin özelliklerindeki farklardan ötürü birbirleri arasında dahi ayrışsalar da KOBİ'lerin taşıdıkları temel bazı nitelikler ve gösterge kriterler bulunmaktadır.

Peki KOBİ'lerin buldukları ülkelere ve ekonomilere sağladıkları avantajlar nelerdir diye bakıldığında pek çok çalışmada görünen unsurlar derlenerek sunulmaktadır:

- KOBİ'lerin ekonomik kalkınmaya, gelişmeye ve modernleşmeye dair itici bir gücü bulunması (Hobohm, 2001: 1),
- Genel ve endüstriyel piyasadaki rekabetin tesis edilmesine katkı sağlıyor oluşu (Hobohm, 2001: 3),
- KOBİ'ler istihdamın çoğunluğunu oluşturur ve yeni istihdam yaratmada öncüdür (Çela ve Gaspari, 2015: 1),

Sayılanlara ilave olarak aşağıdaki unsurlar da KOBİ'lerin sağladıkları avantajlar arasında belirtilebilir:

- KOBİ'lerin hızlı karar alma ve alınan kararları seri uygulama konusunda etkin olması,
- KOBİ'lerin piyasada ani talep kayması ya da revizesi durumunda hızlı pozisyon alma yeteneğine sahip olmaları başka bir deyişle esnek yapıları,
- Girişimcilik ruhunu aktif tutmaları durumunda bu özelliklerini uygulayarak işletmelerinde fark yaratma olanağı bulunması,
- KOBİ'lerde üst yönetim anlayışı bulunmadığından ötürü bürokrasi ve hiyerarşinin bulunmaması,
- Büyük işletmelerin yetişemediği ya da tamamlayamadığı noktalarda hızlı devreye girebilmeleri,
- Yatırım kaynaklarının çoğunlukla yerli sermaye oluşu, milli ekonomiye katkıları.

KOBİ'lerin sayılan özellikleri ve fonksiyonları avantaj olarak yer almaktadır. Fakat buna karşılık KOBİ'lerin bazı özellikleri ise dezavantaj oluşturabilmektedir. Özellikle finansal sorunlar başı çekmektedir. İşletmelerinin kurumsallaşamamış olmaları bazı sorunlar getirmektedir. Çoğunlukla KOBİ'lerin aile işletmesi olarak kurulmuş ve süregelmiş olması da zaman içerisinde özellikle karar mekanizmaları için sorun oluşturabilmektedir. Yetişmiş işgücünün kolaylıkla bulunamayışı bir diğer sorun olarak gösterilebilir. KOBİ'lerin bilgi ve güncel işleyişleri takip etme noktasında sıkıntıları bulunmaktadır (Abigem, 2010: 25).

Ayrıca KOBİ'lerin özelliklerini gösteren *Nitel ve Nicel Kriterler* bulunmaktadır. Nitel kriterler; geniş anlamda işletmenin taşıdığı özellikleri ifade eder. İşletmenin mali, yönetim, organizasyonel yönlerini betimleyen unsurlar ve işletme sahiplerinin yetenekleri, özelliklerine dayanan özellikleri nitel kriterler olarak sayılmaktadır.

KOBİ'lerin özelliklerini gösteren nicel kriterler, işletmenin somut rakamlarla ortaya koyulan özelliklerini ifade eder. Genelde karşılaşılan işçilerin sayısı, sermaye tutarı, ciro, bilanço değerleri olmaktadır. Tercih sebebi olmasının arkasında yatan neden kolay değerlendirilebilir ve objektif olmasıdır. Tablo 17'de nitel ve nicel kriterlerin içeriği sunulmaktadır.

Tablo 17: KOBİ'lerin Nitel ve Nicel Kriterleri

Nicel Kriterler	Nitel Kriterler
<ul style="list-style-type: none"> • Personel İşgücü Sayısı, • Alınan siparişlerin sayısı ve değeri, • Pazar payı, • Kullanılan makine sayısı ve gücü, • Toplam çevirici güç miktarı, • Sabit yatırım tutarı, • Enerji kullanımı, • Öz Sermaye, • Satış Miktarı ve Hasılatı, • Karlılık, • Personele ödenen ücretler, • Üretim miktarı, • Üretim kapasitesi. • Kullanılan hammadde, • Üretimde kullanılan alandır. 	<ul style="list-style-type: none"> • Girişimcilik nitelikleri (risk alma, sorumluluk taşıma, geleceği ön görebilme, etkileyebilirlik, çalışkanlık, yaratıcılık, yönetebilme ve benzeri.) • Girişimcinin işletmesiyle özdeşleşmesi • Girişimci ve aile bireylerinin işletmede fiilen çalışması • Çalışanlarla ilişkilerin dolaysız ve kişisel nitelik taşıması • İşletmenin satın alma ve satış çabalarında sahip olduğu imtiyazı, pazarlık gücü • Sermayenin sınırlı oluşu, • İş bölümü ve uzmanlaşma yetersizliği, • İşletmenin sahip olduğu pazar payının azlığı • İşletmenin kendini yenileyememesi • İşletmenin vizyon darlığı.

Tikici ve Aksoy, 2009: 70, Şimşek, 2002: 4-5.

Nitel ve nicel kriterlerin varlığı KOBİ'lerin kurum kuruluşlarca boyutunun ifade edilmesi açısından gerekli görülmektedir. Bunun yanı sıra dışarıdan yapılacak sınıflandırma kadar işletmenin iç dinamiklerini ve kriterlerini kendini tasnif etmesi için de gerekmektedir. İşletmeler buna göre hitap ettikleri kendini pazarda konumlandırabilecektir. Diğer taraftan, nicel ve nitel kriterlerin iki türü de tercih edilebilir fakat daha objektif değerlendirme imkanı sunmasından ötürü küçük ve orta ölçekli işletmelerin nitelikleri denince nicel kriterlerin sıklıkla kullanıldığı bariz bir gerçektir (Müftüoğlu, 2013: 109).

1.3.4 KOBİ'LER ve Girişimcilik

KOBİ'ler ayrı bir kavram olarak girişimcilik de ayrı bir kavram olarak çok fazla sayıda çalışmanın konusu olabilmektedir. İki kavramın da ayrı olarak önemi yüksek olarak belirtilebilir. Bu bağlamda KOBİ ve girişimcilik ilişkisi irdelenecek ardından KOBİ'lere çeşitli destekler sunan KOSGEB'in Yeni Girişimci Desteği paylaşılacaktır.

1.3.4.1 KOBİ'ler ve Girişimcilik İlişkisi

Ülkemizde ekonominin KOBİ'ler üzerinden genişlediği birçok kez anlatılmış ve kapladıkları hacim ile önemleri gündeme taşınmıştır. Bu kadar önemli olan KOBİ'lerin girişimciliğin bir parçası olduğu ve girişimciliğin de KOBİ'lere giden yolda atılan ilk adım olduğu düşünülecek olur ise birbirlerinden ayrıştırılamayacak kavramlar olduğu açıklık kazanabilecektir.

Ülkemizde girişimciliğin desteklenmesine yönelik politikaların oluşturulduğunu gösterir emareler; özellikle 2012 yılında çalışmalarını başlayan ve 01/07/2015 tarih ve 29403 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Türkiye Girişimcilik Stratejisi 2015-2018 Yılları Eylem Planı'nda stratejik bir hedef olarak yer alan "*Kadın Girişimciliği, Genç Girişimciliği, Eko Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik ve Küresel Girişimcilik gibi öncelikli tematik alanlarda ve genel alanlarda sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilmesi ve uygulanması*" ve "*Girişimcilerin Finansmana Erişiminin Kolaylaştırılması*" maddeleri ile somutlaştırılmıştır. Geçmişte KOBİ politikasının yalnızca bir unsuru olarak görülen

girişimcilik politikasının başlı başına bir yol haritası nevinde çalışılması ve bunun içeriğinde 6 stratejik hedeften birisinin özellikle kadın girişimciliğine atıf yapması aslında çalışma konusunun önemine binaendir. GİSEP’nda yürütülecek diğer stratejik hedefler ise şunlardır (GİSEP, 2015: 7):

1. Girişimci dostu düzenleyici çerçevenin geliştirilmesi
2. Yenilikçi girişimciliğin desteklenmesi
3. Ülkemizde girişimciyi ve girişimciliği benimsemiş bir kültürün geliştirilmesi
4. Örgün ve yaygın eğitim düzeyinde girişimcilik eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve girişimcilere yönelik danışmanlık sisteminin geliştirilmesi

Türkiye’de ayrıca kadın girişimciler için mentör ağı olarak belirtilen 17 CIP ülkesinin dahil bulunduğu programda KAGİDER ile temsil edilmektedir. (GİSEP, 2015: 14) Böylelikle kadın girişimciler işletmelerinin kuruluş, gelişme ve büyüme dönemlerinde danışmanlık alabilmek üzere KAGİDER ile irtibata geçebilirler.

1.3.4.2 KOSGEB Yeni Girişimci Desteği Unsurları ve Bileşenleri

Girişimcilerin işlerini kurmak için yeterince finansal gücü olmadığı açıktır. Girişimciliğin de kalkınma planlarında öncelikli olarak desteklenmesi ve geliştirilmesi için hedefe konmasıyla beraber çeşitli kurum ve kuruluşlar destek programlarıyla bu faaliyete dönük olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Girişimcilerin sayısını artırmak, istihdam olanaklarını artırmak, sürdürülebilir kalkınmayı tesis etmek gibi nedenlerle tüm girişimcilere özellikle de çalışmanın konusunu oluşturan ve Türkiye nüfusunun yüzde ellisini oluşturan kadınların iş kurmak için yararlanabileceği Girişimcilik Destek Programı KOSGEB’in işletmesini yeni kuracak olan potansiyel girişimciler için sunulan desteğidir. Bu destek programının amacı ilk ve öncelikli olarak girişimciliğin desteklenmesidir. Girişimciliğin yaygınlaştırılması ve başarılı işletmelerin kurulması da diğer amaçlarındandır.

Girişimcilik Destek Programı 3 alt programdan oluşur (KOSGEB, Girişimcilik Destek Programı Uygulama Esasları, 2016: 2-3):

1. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi
2. Yeni Girişimci Desteği
3. İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği
4. İş Planı Ödülü

Girişimcilik Desteği'ne müracaatta bulunmak isteyen potansiyel girişimci 32 ders saati süren ve atölye çalışmalarını da kapsayan Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi'ni %80 oranında devam ile tamamlamak durumundadır. Yeni Girişimci Desteğine başvurabilmek için Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi tamamlamak ya da İŞGEM'de yer almak koşulu gerekmektedir. İşletmesini girişimci kurmak koşulu ile KOSGEB'e başvuru yapıp sonucunda girişimcinin desteklenmesi kararı çıkması sonucunda destek unsurlarından faydalanabilmektedir. Destek unsurları Tablo 18'de gösterildiği gibidir:

Tablo 18: KOSGEB Yeni Girişimci Desteği

KOSGEB YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ DESTEK UNURLARI	Destek Unsuru	Türü	Üst Limiti (TL)	Destek Oranı (%) 1. ve 2. Bölge	Destek Oranı (%) 3., 4., 5. ve 6. Bölge
	İşletme Kuruluş Desteği	Geri Ödemesiz	2.000	60*	70*
	Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat, Ofis Donanım ve Yazılım Desteği		18.000		
	İşletme Giderleri Desteği		30.000		
	Destek Toplamı	50.000			
	Sabit Yatırım Desteği	Geri Ödemeli	100.000		
	Destek Toplamı		100.000		

KOSGEB, <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekdetay/1231/girisimcilik-destek-programi>, 21/11/2017.

*İlgili destek oranları Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını veya Engelli Girişimciye %20 oranında artırım ile birlikte uygulanır.

Hibe olarak faydalanılan destek kısımlarındaki üst limit toplamları 50.000 ₺ olmaktadır. Yani bir girişimci İzmir’de iş yerini kurmuş olan bir kadın girişimci KOSGEB Desteği’nden faydalanyor ise Kdv hariç 37.500 ₺’lik bir ofis donanım, makine vs. harcaması yapmış ise maksimum olarak 30.000 ₺ geri iadesini alabilecektir. Yeni Girişimci Desteği geri ödemeli ve geri ödemesiz olarak toplamda 150.000 ₺’yi bulabilmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLER VE LİDERLİK

Çalışmanın geliştirildiği bu bölümde ankete katılan katılımcılara belli içeriklerde sorular yöneltilirken geçmişte yapılan çalışmalardan ve kaynaklardan faydalandığı şüphesizdir. Belli ölçekler farklı başlık altlarında gruplandırılarak 10 faktör grubu oluşturulmuş ve bu faktörlerin birbirleri arasında ve genelde oluşan etki düzeyleri analiz kısmında yorumlanmıştır.

Bu bölümde ulaşılmak istenen hedef; faktör gruplarında alt başlıklarında sıralanan özellik, nitelik ve yetenekler ile kadın girişimcilerin arasında kurulan bağlantıların aktarılmasıdır. Hemen hemen tüm başlıkların daha önce çalışılmış konular olması doğru bir yöntem izlendiğinin göstergesi olabilmektedir. Çalışmada işletme geliştirme, örgütsel etkileşim, organizasyonel plan ve hedefler, iletişim süreçleri, durumsal analiz, inovatif yetenekler, karar süreci, bireysel yeterlilik, uzmanlaşma, gelişim faktörü grupları sırasıyla belirlenmiştir.

2.1. Yönetsel Açıdan Kadın Girişimciliği ve Liderlik

Yönetsel açıdan kadın girişimciliği irdelendiğinde ortaya çıkan somut bulgular göstermektedir ki, girişimcinin işletmesini idare etmesi bakımından gereklilik arz eden ve işletme performansı üzerinde doğrudan etki sahası bulunan yöneticilerin yönetsel işlerinde yüksek performansını sağlayan bilgi, beceri ve yeteneklerinin bütününe “yönetsel yetkinlik” denmektedir (Çetinkaya, 2009: 220). Her girişimcide belli başlı düzeylerde bulunması gereken özellikler olduğu gibi, kadın girişimcilerde de yer almaktadır.

Çalışmada yönetsel açıdan kadın girişimciliği ve liderlik özellikleri olarak çalışılan başlıklar 3 grupta yer almaktadır:

- **Organizasyonel Plan ve Hedefler Faktörü:** *Vizyon, misyon, fizibilite, esnek olma, yaratıcı olma.* (Goleman, 2000: 4-17, Daft, 1999: 122-151).
- **Durumsal Analiz Faktörü:** *Zayıf ve güçlü yönleri belirleyebilme, amaç ve hedefleri belirleyebilme, çalışanların amaçlarına yardımcı olma.* (Goleman, 2000: 5).
- **Karar Süreci Faktörü:** *Fırsatlar, riskler, kriz yönetimi yapabilme.* (Masters ve Meier, 1988: 31-35).

Çalışmada yönetsel açıdan kadın girişimciliği ele alınırken detaylandırılan kavramların literatürde yer alan şekilde açıklanmaktadır.

Vizyon ve Misyon Sahibi Olma: Girişimcilerin barındırması ve asla terk etmemesi gereken temel niteliklerinin arasında yer almaktadır. Lider ve girişimci ruha sahip kimse, bireysel vizyon geliştirerek, örgütsel vizyonun önünü açmalı ve kurumsal anlamda organizasyondakilerle birlikte geleceğin gösterimini ortaya çıkarmalıdır (Karaman, 2006: 19). Yetkili liderler insanı bir vizyon ve misyon yönünde gerektiğinde seferber eder (Goleman, 2000: 5). Geleceğin resmini görme işletmelerinin 10 yıl, 20 yıl sonra nerede yer alacağını hedeflenebilmesi ve belirlenebilmesi kadın girişimcinin vizyon sahibi olduğunu gösterebilecektir. Bir kuruluşun vizyonu şimdiki zamanı geleceğe bağlamalıdır ve organizasyondaki herkesi aynı şeye ilerleten güçtür (Daft, 1999: 122-151, Akt., ASQ, 2004: 6-7). Vizyonun liderlere ve kadın girişimcilere şu noktalarda yardımcı olabilecektir (Dinçer; 1998: 27):

- Vizyon işletmelere bir gelecek betimlemesi yapmalarını sağlar.
- Örgütlerin stratejilerini tercihlerinde, amaç ve hedeflerin belirlenmesinde yol gösterebilir.
- Yöneticilerin uzun vadeli kararlar vermesinde bir takım sınırlar koyarak işletmenin alakasız yönlere kaymasını önleyebilir.
- Vizyon liderlere ve girişimcilere, işletmenin kurulma aşamasında veya köklü bir değişim durumunda çalışanlarına gösterecekleri bir hedef ajandası olarak yön verebilir.

Misyon bileşenine değinilecek olursa, girişimcilik potansiyelinden maksimum düzeyde faydalanabilmek için vizyonlarının yanında misyon yani amaç ve hedeflerin belirlenmesi de çok önemli olabilmektedir. Girişimci kişinin; misyon ve vizyon sahibi liderlik vasıflarını ve sezgi gücünü kullanarak geleceğe yönelik hedeflerini gerçekleştirmek için bulunduğu şartları en iyi biçimde yöneterek kar ve istihdam sağlayan, risk alan kişi olarak da tanımlanması misyon ve vizyon kavramlarının ayrılamayacak kadar ilintili ve önemli olmasından geçmektedir (Çelik, 2006: 468). Vizyonu ve misyonu belirlenmiş olan bir işletmede amaçlar ve hedeflerin somut olarak belirlenmiş olması olasıdır.

Esnek olma, aslında tüm yöneticilerin ve liderlerin taşınmaları gereken bir özelliktir dolayısıyla sadece kadın girişimciye ait olmadığı ifade edilebilir. Belirsizlik ve belli riskler ile karşılaşıldığında cevaben takınılan tüm manevralar esneklik olarak karşımıza çıkabilmektedir. Özellikle iletişim seviyesi ne derece kuvvetli olur ise çalışanlar o derece esneklik ile risk alacak şekilde tutum sergileyeceklerdir (Goleman, 2000: 8). Esnek yapılar işletmelere her koşulda sürekliliğini korumaya yardımcı olması yönüyle değerlendirilebilir. Değişen koşullara uygun alternatif planlamalar yapmak kaçınılmazdır (Tekin, 2012: 234). Alternatif hareket seçeneklerinin olması girişimcilerin farklı yollar keşfetmesine yardımcı olarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlayacaktır (Tikici ve Aksoy, 2012: 41). McClelland ve iş arkadaşları; bir kuruluşun esnek olduğu kadar çalışanların rahat hissedeceklerini ve bürokrasi tarafından engellenmeyen yenilikler yapmaya yatkın olacağını değerlendirmektedir (Goleman, 2000: 5).

Yaratıcı olma: Liderin tepeden aşağıya karar vermesi yani dikey olarak aşırı bir baskıda bulunması çalışanların motivasyonunu etkileyerek yaratıcılıklarını oldukça sınırlar (Goleman, 2000: 6).

Zayıf ve güçlü yönleri ve amaçlarını belirleyebilme: Kadın girişimci lider, kendinde işletme kurma kabiliyetini ve isteğini bulduktan sonra bunu gerçekleştirmek adına bir takım planlamalar yaparak hem zayıf güçlü yönlerini, amaçlarını hedeflerini belirlemeli, bunları maliyet kar hesaplamalarını da işin içine katarak bir rapor haline getirebilmelidir. İşte bu ön çalışmanın kastettiği unsur fizibilite yapmaktır. Fizibilite etüdü önemini yarıda kalan yatırım projeleri geriye

dönük incelendiğindeki çıkarımlardan almaktadır (Bozkurt, 2011: 20). Eksikliğinde başarısızlık ya da başarıda eksiklik oluşturacağı söylenebilir.

Çalışanların amaçlarına yardımcı olma: Liderlik bir grup içerisinde grubun üyelerinin amaçlarına ulaşabilmesi için yardımcı olma çabalarını içermektedir buna lider etkililiği denmektedir (Serinkan, 2008: 66). Koçluk yapma özelliği sergileyen liderler çalışanları geleceek için insanları geliştirerek isteklerine ve amaçlarına erişirmeye yardımcı olur (Goleman, 2000: 5). Liderler, çalışanların kişisel ihtiyaçlarına ve hislerine önem göstermeli, amaçların oluşturulmasında çalışanlarının fikirlerine başvurmalı, onların kendilerini geliştirmelerine yönelik ortamı sağlamalıdır (Karcıoğlu ve Kaygın, 2013: 17).

Fırsatlar, Riskler ve Kriz Yönetimi: Risk alma açısından kadın girişimcilerin liderlik özelliklerine bakıldığında; kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre işletmelerinin kurulum safhasında daha zor bir başlangıç gerektirmesi ve hazırlıksız olmaları neticesinde daha büyük risk üstlendikleri gözlenmiştir (Bedük vd., 2016: 6) Bununla beraber kadın girişimciler daha cesaretli davranmaktadırlar.

Daha önce risk konusunda yapılan çalışmalarda Hisrich ve Brush (1986) ve Ufuk ve Özgen'in (2001) çalışmalarında da kadın girişimciler arasında yer alan risklerden en yükseğine ekonomik risk olarak erişilmiştir (Palaz ve Turgut, 2009: 111). Çalışma hayatına genel olarak erkeklere oranla daha geç atılan kadın girişimci başlangıçtaki bilgi ve deneyim eksikliği sebebiyle dikkatli davranma eğilime girmektedir. Mantıklı riskler üstlenmektedir ve bu riskler kişisel olarak değil finansal olarak karşımıza çıkmaktadır (Kumkale, 2015: 79).

Dünyadaki girişimcilerin en temel özelliklerinden birisi başkalarının bakıp göremediği fırsatları onlardan önce görmek ve ürüne dönüştürmektir, diğeri ise risk alabilmeleridir (Titiz, 1994: 29). Masters ve Meier (1988) risk yönetiminde girişimcilerin ve yöneticilerin irdelenmesi üzerine çalışmalar yürütmüştür. Aynı şekilde kadın ve erkek girişimciler arasında risk üstlenme üzerine çalışmalara imza atmışlardır (Masters ve Meier, 1988: 31-35).

Ekonominin soğuk yüzü zaman zaman işletmelere kendini aksettirebilir. Önemli olan bu kriz dönemlerinde krizi yönetebilmektedir. Kadın girişimci planlı,

akılcı ve soğukkanlı davranarak kriz dönemini yeni bir katma değer yaratma dönemine çevirebilir. Krizden yarar sağlamak mümkündür (Kumkale, 2015: 66-67).

2.2. Organizasyonel Açıdan Kadın Girişimciliği ve Liderlik

Organizasyonel açıdan bakıldığında kadın girişimciliği ve liderliği içeriğinde pek çok bileşeni barındırmakla birlikte çalışmada 3 alt grupta olmak üzere farklı bileşenlerden kendi içlerinde ilintili olmak üzere oluşturulmuştur:

- **İşletme Geliştirme Faktörü:** *Kurumsallaşma, markalaşma, sürekli mesleki eğitim alma-aldırma, iş gezilerine ve fuarlara katılma, özsermaye gücü oluşu, planlı olma.* (Goleman, 2000, Gibson 1992, Holmes ve Kent, 1991, Bullough, Luque, Abdelzaher ve Heim, 2015).
- **Örgütsel Etkileşim Faktörü:** *Çalışanı motive edebilme, çalışanı etkileyebilme, çalışanlarla pozitif iletişim kurabilme, kar amacı gütmeye.* (Goleman, 2000: 4-16, Herzberg, 2003: 21-29, Manzoni ve Barsaux, 1998: 34, Sims, Samerfaraj ve Seokhwa, 2009).
- **İletişim Süreçleri Faktörü:** *Katılımcı olma, empati kurabilme, takım çalışmalarına önem verme, ikna edebilme.* (Dorfman, Hanges ve Brodbeck, akt., Bullough, 2013: 366, Goleman, 2000, Katzenbach ve Smith, 2005, Ruderman, 2002).

Kurumsallaşma ve markalaşma: Günümüz işletmelerinin birçoğunun sorunu olan kurumsallaşmanın eksikliği kadın girişimcilerde de söz konusu olabilmektedir. Kurumsallaşma yanı sıra markalaşma işletmelere sürdürülebilirliği beraberinde getirebilecektir. Kurumsal bir yapıda iş ve görevler kesin biçimde birbirinden ayrılmış durumdadır. Eğitim departmanı örneğin personelin alacağı mesleki eğitimler ile ilgilenirken, pazarlama departmanı iş gezilerini ve fuarları takip ederek programları hazırlayacaktır. Tüm bu bileşenler tek çatı altına konulduğunda planlı olmanın önemi gözükülecektir.

Özsermaye gücü oluşu: Sermaye teminini kadın girişimciler çoğunlukla kendilerinin önünde büyük bir engel olarak görmektedirler (Bedük vd., 2016: 11).

Gerçekten öz sermayelerinin gücünün olması girişimciler için son derece önemli bir unsurdur. Kadın girişimcilerin sermaye teminine bakıldığında genelde çevre ve yakınlarından olan desteklerden temin edildiğini görmek mümkündür (Palaz ve Turgut, 2009: 106-107). Özsermaye gücü olmadan girişimciler yeni stratejiler ve projelerden vazgeçerler (Coleman, 2000: 49). Kadın girişimciler kurumsal kaynaklı krediler kullanmak yerine genelde kendi öz kaynaklarını veya aile desteğini almaktadırlar. Bankalar ve kredi kuruluşları resmi belgeler ile mal varlığı ispatı istediğinde ve işletmelerin başlangıcında bu mümkün olmadığında da kişisel birikimleri ile işe başlamak durumunda kalmaktadır (Güney, 2006: 39). Sermaye eksikliğinin pek çok örneği yetersiz bilgidir kaynaklanır alternatif kaynakların neler olduğunu bilmeyen işletmeler bu “bilgi boşluğu”na düşerler (Gibson 1992, Holmes ve Kent, 1991).

Planlama sayesinde işletme için amaç geliştirme ve bu amaçlara ulaşmada çeşitli alternatifler belirleme devreye girecektir. İşletme içi zayıf ve güçlü yönler de bu planın içerisinde yer alacaktır. Planlama yönetimin en önemli işlevi olup, kadın girişimciler bu sayede kaynaklarını etkin şekilde kullanabilir pazarda karşılıklarına çıkan fırsatları iyi değerlendirebilirler (Tikici ve Aksoy, 2012:41). Girişimci işletmeyi kurup, faaliyet göstereceği sahayı belirlemeden önce rakiplerine yönelik güçlü ve zayıf yönlerini tespit edip, mevcut fırsatları ve muhtemel tehditleri belirleyebilmelidir (Küçük, 2005: 84).

Sürekli mesleki eğitim alma ve aldırma: Aynı zamanda işletme içerisinde çalışan kişilere yönelik kariyer planlamaları ve de onların amaçlarına yönelik çalışmalar geliştirilmeli ve planlamalar yapılmalıdır (Eren, 2010: 477). Yaptıkları bir çalışmada kadınların eğitim ile lider konumlara taşınabilmesinin yöntemlerini anlatmaktadırlar (Bullough, Luque, Abdelzaher ve Heim, 2015: 250-251).

Motive edebilme ve çalışanlarla pozitif iletişim kurabilme: İnsanlarla kuvvetli ilişkiler kurabilme becerisi ve yetisi, iş motivasyonu ve motive edebilme gücü, ekip ve takım ruhuna sahip olma, iş bitirici olması, insanları ikna kabiliyetinin yüksek olması, esnek davranabilme girişimcilerin ve kadın girişimcilerin temel özelliklerinden sayılmaktadır (Çelikoğlu, 2015: 249).

Liderlik tarzlarından birisi olan etkileşimci liderlik özelinde; çalışanlara yol göstermesi, çalışanlarını ödüllendirmesi, daha çok çabalamaları için motive etmesi, çalışanların beklenti ve ihtiyaçlarını bilerek onlarla iletişime geçmesi söz konusudur (Çiftçi ve Öneren, 2013: 650). Bu durum, çalışanlarını olumlu etkilemekte ve sonuç olarak verimliliklerinde artışa yol açmaktadır. Yöneticinin çalışanlara sunduğu ödül sistemi içerisinde yapılan çalışmalarda görülmektedir ki bir işi iyi yaptığını iyi iş çıkardığını ifade etmek çalışanlarda paraya dayanan ödüllerden daha çok motivasyonunu artırmaktadır (Goleman, 2000: 6).

Liderlik bir grup içerisinde grubun üyelerini etkileme çabalarını içermektedir (Serinkan, 2008: 66). İnsanları motive etmenin 6 yolunu sayan bir çalışmada ise; işte geçirilen zamanı azaltma, maaşlarda esneklik, işyerinin ekstra bonusları (iş aracı, yemek kartları, sağlık sigortası vb.), insan ilişkileri eğitimi, iki yönlü iletişim, iş katılımı, çalışan danışmanlığı konularına değinilmektedir (Herzberg, 2003: 20-23).

Takım çalışmalarına önem verme: Liderin toplayıcı, bütünleyici ve takım ruhunu yaratıcı, çatışmaları önleyici nitelikleriyle işletmenin gelişmesi için gerekli atmosferi sağlaması mümkündür (Akat, 1984: 179). Ekip ruhuna ve dayanışmasına önem vermeyen bir liderin gücünü ekibinden alamayacağı ifade edilebilir. Yapılan çalışmalar işbirlikçi, katılımcı, insani yönelimli ve takım odaklı liderlik tutumlarının etkin organizasyonel performans için faydasını göstermektedir (Dorfman, Hanges ve Brodbeck, Akt., Bullough, 2013: 366). Takım çalışması ayrıca bir dizi değeri temsil eder özellikle dinleme ve yanıtlamayı teşvik eder (Katzenbach ve Smith, 2005: 51).

Empati kurabilme: Kadın girişimciler için empati kurabilme özelliğinin ispatı; yakın zamana kadar ev işlerine ve çocuk bakımına dayalı yaşamlarını iş hayatında rol almalarına dönüştürerek kendilerine karşı takınılan tutumu başkalarına sergilememeleri olarak ifade edilebilir.

Kadın girişimcilerin erkeklere oranlara daha duygusal bir bakış açısı bulunduğu ortaya konabilir. Bir çalışmada bu duygusal bakış açısı sosyal farkındalık olarak değerlendirilmekte 3 bölümde incelenmektedir (Goleman, 2000: 6). Bunlar; empati, örgütsel farkındalık ve servis oryantasyonu olarak ortaya konmaktadır.

2.3. Bireysel Açıdan Kadın Girişimciliği ve Liderlik

Kadın girişimci ya da kadın lider bireysel açıdan incelendiğinde kendi karakterinde ve iç yeterliliğinde bulunan çeşitli özelliklerinin kurmuş olduğu işletmesinde yansıtılmasını anlamak mümkün olabilmektedir. Kadın girişimciliği ve liderliği bireysel açıdan çok sayıda bileşeni barındırmasına karşın çalışmada 4 alt grupta olmak üzere farklı bileşenlerden olmak üzere gruplar oluşturulmuştur:

- **İnovatif Yetenekler Faktörü:** *Yenilik, gelişim.* (Katzenbach ve Smith, 2005: 58)
- **Bireysel Yeterlilik Faktörü:** *Güvenilir olma, özgüven sahibi olma, yeterli bilgiye sahip olma.* (Marques ve Dhiman, 2017: 300-320, Robbins ve Coulter, 2014: 575).
- **Uzmanlaşma Faktörü:** *Sahip olunan belge ve sertifikalar, yeterli deneyime sahip olma.* (Bullough, Luque, Abdelzaher ve Heim, 2015: 250-270).
- **Gelişim Faktörü:** *Hayalleri olması, müşterilerle olumlu ilişki kurabilme, sektördeki fırsatları görebilme.* (Aldrich, 1989).

Yenilik ve Gelişim: Yenilik ve değişim yapmak belirsizlik yaratmak ya da bilinmeyene yolculuk olmadığı ortaya konabilmektedir. Aslında iyi bir lider yapacağı değişimleri planlı olarak takımı ile birlikte gelişim süreçlerini kullanarak gerekirse yeni ürün gerekirse yeni standartlar bağlamında gerçekleştirir (Katzenbach ve Smith, 2005: 58). Stratejik vizyonlarına bağlı kalmak koşuluyla yapacağı yeniliklerde hayal gücünün de etkisiyle varacağı yeri az çok kestirebilmektedir Başarılı liderlerin zihninde yer alan stratejik amaca ilerlemek için yenilik ve değişimler ile birlikte bunların getirdiği gelişim söz konusu olmaktadır (Eren, 2010: 470). Yaratıcı ve yenilikçi olmak stratejik olarak da liderlik özellikleriyle uyumaktadır kadın girişimcilerde yer alması bu sebeple önemlidir (Kumkale, 2015: 78).

Yeterli Bilgiye Sahip Olma: Erkeklerin kadın girişimcilere nazaran alt yapı ve deneyimlerinin daha fazla olduğu birçok çalışmada görülmüştür. Kadın girişimcilerde liderlik ölçütlerine bireysel açıdan bakıldığında “yeterli bilgiye sahip olma” seçeneğinin irdelenmesinin sebebi bu değerlendirmelerdir (Bedük vd., 2016:

6). Bilgi düzeylerinin geride kalmasının nedenlerinden birisi mesleki eğitim olarak ev içerisinde üstlendikleri rolden ötürü geri kalmış olmaları diğeri ise iş hayatına ve tecrübe birikimlerine bir süreliğine ara vermek zorunda kalmış olmaları olabilmektedir.

Güvenilir Olma: Kendini iş ilişkisi ya da istihdam sağladığı kişilerin gözünde sağlam bir zemine oturtmasına yarayabilmektedir. Bu tip ikili ilişkilerde güven çok önem arz etmektedir. Bir lider güvenilir olduğu kadar özgüven ve özyeterlilik sahibi olmak zorundadır. Bireysel özgüven, bireyin zor amaç ve hedeflere ulaşabilecek kapasite sahipliğine ilişkin inançlarının toplamıdır (Efil, 2013: 183). Bireysel olarak özgüven sahibi lider, çalışanlarına da amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olma konusunda destek olabilecektir. Ayrıca güven iş çıktılarında ve sonuçlarına önemli ölçüde pozitif etki yapmaktadır (Robbins ve Coulter, 2014: 575).

Özgüven Sahibi Olma: Özgüven düzeyi yüksek olan insanlar yeni çevrelere girmeyi ve özgüvenleri düşük olan insanlara göre organizasyon içerisinde yeni görevler üstlenmeyi daha kolay başarabilmektedirler. Özgüven sahibi olmak başarılan görevlere göre yeterlilik duygusunu tetikler. Kendine özgüven, tanıdık sorunlarla başa çıkabilme kriz yönetimini de aşabilme yeteneğini destekleyecektir (Marques ve Dhiman, 2017: 300-320).

Sahip olunan belge ve sertifikalar ve deneyim: Bilgi birikimi getirmektedir, bilgi işlendikçe deneyimi beslemektedir. Kadın girişimcinin lider olarak alanındaki uzmanlık gücü; sahip olduğu bilgi düzeyi, sahip olduğu sertifikalar, eğitimleri, biriktirdiği deneyimleri, becerileri kadar olacaktır. Kadın girişimciler çoğunluk ile ailelerinde girişimcilik yoluna atılan ilk örnekler olduklarından ötürü kadın girişimcilerin eğitim ve öğretim görmesinin önemli olduğunu savunan bir çalışmaya rastlanmıştır (Bullough, Luque, Abdelzaher ve Heim, 2015: 250-270).

Sektördeki Fırsatları Görebilme: Kadın girişimcilerin kurduğu işletmeler henüz yolun başında iken küçük işletme olarak anılır ve bu türde küçük işletmeler esnek yapılarıyla pazarda açılan herhangi bir boşluğu fırsat olarak görebilir ve hızla gerekli temasları kurar gerekli çalışmaları yapar ise esnek yapıları ve müşterilerle olumlu ilişkileri, müşteri odaklı tavırları sayesinde kendilerini rahatça ispatlayabilirler. Ayrıca kadın girişimci, yönetimde tam anlamıyla kurumsallaşma

oluşamadı ise müşterilerle birebir iyi diyaloglara daha rahat geçebileceklerdir. Bu her zaman onlar için pozitif bir unsur olacaktır. Sosyal ağlara sahip olmanın önemliliğine dair yapılmış çalışmalarda görünen kadınların sosyal ağlarında yer alan erkek sayısının, erkeklerin sosyal ağ içerisinde bulunan kadınlara oranla hayli fazla olduğudur (Aldrich, 1989).

Çalışmanın bileşeni olan 10 faktör grubunun *yönetsel, organizasyonel ve bireysel açıdan* yukarıdaki açıklamalar ışığında dağılımı ve tasnifi Tablo 19’da gösterilebilir:

Tablo 19: Kadın Girişimcilerin Liderlik Özellikleri

	Yönetsel Açıdan	Organizasyonel Açıdan	Bireysel Açıdan
Faktör Adı	Organizasyonel Plan ve Hedefler Faktör 3	İşletme Geliştirme Faktör 1	İnovatif Yetenekler Faktör 6
Faktör No	Durumsal Analiz Faktör 5	Örgütsel Etkileşim Faktör 2	Bireysel Yeterlilik Faktör 8
	Karar Süreci Faktör 7	İletişim Süreçleri Faktör 4	Uzmanlaşma Faktör 9
			Gelişim Faktör 10

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOBİ'LERDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ: İZMİR ALAN ARAŞTIRMASI

Üçüncü Bölüm'de KOBİ'lerde Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi çalışması alan araştırmasına dair yapılan araştırmanın amacı ve önemi bu araştırmanın yapılma sebepleri detaylandırılacaktır. Devamında, araştırmanın kapsamı, araştırmanın sınırlılığı, araştırmanın yöntemi ve tekniği ifade edilecektir. Son olarak bölümün son kısmında ise araştırmanın hipotezleri anlatılacaktır. Ayrıca KOBİ'lerde Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi çalışmasında İzmir'de kendi işini kuran kadın girişimcilere yani kadın KOBİ'lere uygulanan anket çalışması ile yürütülen adımlar sonrasındaki çalışmanın analiz sonuçları ve değerlendirmeleri bu bölümde sunulmaktadır. Bölümün ilk kısmında yapılan araştırmanın metodolojisine ve detaylarına ardından edinilen verilerin güvenilirliği ve geçerliliği analizine yer verilmiştir. Bunu takiben çalışmaya katılan kadın girişimcilerin demografik verilerinin analizi yapılmıştır. Uygulanan testlerin sonuçları paylaşılmış ve çalışma konusuna ilişkin öneriler sunulmuştur.

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

KOBİ'ler ekonomimizde oluşturdukları yüksek pay ile etkin ve önemli bir noktada yer almaktadır. Ülke ekonomisinin hedeflenen seviyelere ulaşması için yapılması planlanan tüm aksiyonlarda KOBİ'lerin yanı sıra girişimcilerin de birer KOBİ olduğu göz önüne alınırsa oluşturduğu kilit rol göz önüne serilmektedir. KOBİ'lere atfedilen önemin bir perspektifinde ise KOBİ'lerin girişimciliğe özendirilmesi ve girişimcilik teşvik mekanizmalarının amaçlarına ulaşması gerekliliği karşımıza çıkmaktadır. KOBİ'lerde girişimciliğin bu önemine binaen

yapılması planlanan bu araştırmanın başka illerde de kadın girişimcilere dönük olarak gerçekleştirilmesi kadın girişimciliği resmini ortaya çıkarmakta faydalı olacaktır.

Araştırma, İzmir’de kendi işlerini kuran kadın girişimciler arasında sektör ayrımı yapılmadan sahada anket çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ile ülkemiz ekonomisi içerisinde önemli bir yere sahip olan KOBİ’lerde kadın girişimcilerin liderlik faaliyetlerinin çıktıları incelenecektir. Bu çalışmanın sonraki araştırmalara ışık tutacağı esin kaynağı olabileceği düşünülmektedir. Girişimciliğin oldukça önem kazandığı ve kadın girişimcilere pozitif olarak bir bakış sergilendiği bu dönemlerde liderlik motivasyonlarının işletmelerini kurarken ve sürdürürken girişimcilerde nasıl yankı bulduğu ilerleyen kısımda ortaya konmaya çalışılacaktır.

3.2 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Araştırmanın iki kavramsal temeli bulunmaktadır. Bunlardan biri “Liderlik” olgusudur. İkinci kavram ise aşına olunan ve dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de oldukça önemli bir yer tutan girişimcilerdir. Araştırmanın kapsamı İzmir’de işletmelerini faaliyete geçiren kadın girişimcilerdir.

Araştırmada girişimcilik konusunun seçilmesinin nedeni ekonomide KOBİ’lerde girişimcilik unsurunun işletmeleri ileriye taşıyan ve içlerinde yer alan risk alabilme, yeniliği takip etme, vizyon sahibi olma, kararlılık ve esneklik gibi unsurlar ile işletmelere sağladığı pozitif yönde katkılardır. Ayrıca girişimcilerde yer alan diğer bir özellik olan liderlik unsuruna gelindiğinde ise bu özellik olmadan başarılı bir girişimci olmanın önündeki engellerin farkında olunmasıdır. Bilhassa, sahip oldukları ve kurdukları bir çeşit organizasyon olan işletmelerinin faaliyetlerini sürdürmeleri için girişimcilerin lider vasıflarını taşımaları gerekmektedir. Diğer açıdan bakıldığında, dünya ve genelinde genellikle girişimcilerin cinsiyet özelliklerine bakıldığında çoğunlukla erkek girişimcilerin var olduğu görülmektedir. Hal böyle iken azınlıkta yer alan kadın girişimcilerin girişimcilik yolunda seyttikleri serüveni araştırmaya ilgi duyulmuş olup liderlik özellikleri açısından durumlarını araştırmanın faydalı olacağı düşünülmüştür.

Araştırma; İzmir’de hedefleri ve amaçları doğrultusunda girişimci olma arzusu bulunan farklı sektörlerde kendi işini kuran 111 adet kadın girişimci ile birebir görüşme sağlanarak yapılmıştır. Söz konusu örneklem; amacı girişimcileri ve KOBİ’leri finansal olarak desteklemek olan kurum kuruluşu başvuru yapan ya da yapacak olan, destek almış yahut almayan yalnızca cinsiyeti kadın olan girişimcilerden oluşturulmuştur. Örneklemin oluşturulma süreci yaklaşık 3 ayı kapsamıştır. Bu süre içerisinde söz konusu kuruma başvuru, bilgi edinme üzere gelen kadın girişimciler ile yüz yüze görüşülerek anket uygulattırılmıştır. Analiz odaklı anket çalışması neticesinde bu çalışma yürütülmüştür. Yapılan anket çalışmalarında her bir girişimcinin işletmelerinin de çalışan sayıları ölçütü itibarıyla KOBİ sayıldığı anlaşılmıştır ve çalışmaya böylelikle KOBİ unsuru da ilave edilmiştir.

Çalışma konusuna benzer nitelik taşıdığı düşünülen çalışmalar olmuştur. Kadın girişimciliğini, karşılaştıkları engelleri ve fırsatları irdeleyen, uygulamalı girişimcilik eğitimlerine değinen, il bazında girişimcilik profili analizi yapan çok fazla sayıda araştırma, yüksek lisans tezi ve doktora tezi mevcuttur. Liderlik konusunda da özellikle dönüştürücü liderlik alanında yapılan çok sayıda araştırma ve tez konusu bulunmaktadır. Fakat tam anlamıyla kadın girişimcilerin liderlik özelliklerine ve KOBİ’lere vurgu yapan nitelikte bir çalışmaya rastlanmamıştır. Liderlik davranışları ile cinsiyet ilişkisini sivil toplum kuruluşları üzerinde irdeleyen bir yüksek lisans tez çalışması mevcuttur (Özsoy, 2010). Bir de cinsiyet ayrımı gözetmeksizin Kayseri’de faaliyet gösteren girişimcilerin liderlik özelliklerini inceleyen makale çalışması bulunmuştur (Aykan, 2004). Ayrıca kadın yöneticilerin liderlik davranışları ve bankacılık sektöründe bir uygulama üzerine makale bulunmakta olup esin kaynağı olmuştur (Arıkan, 2003).

Çalışmada anılan çalışmalardan farklı olarak; kadın girişimci KOBİ’lerin liderlik özelliklerinin detaylandırılması ve ne gibi bileşenlerden oluştuğu, liderlik özelliklerinin girişimcilik düzeylerine katkısının ne olduğu, kadın girişimci KOBİ’lerin demografik özellikleri vb. konuları irdelenmiş olup sonraki çalışmalara ışık tutacağı ve esin kaynağı olabileceği düşünülmektedir.

3.3 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIĞI

Girişimcilik üzerine yapılmış olan bu çalışmada hedeflendiği üzere girişimcilerde liderlik özelliklerinin analizi ele alınmaktadır. Bu araştırma özelinde kısıt uygulanarak yalnızca kadın girişimcileri odağına alarak gerçekleştirmektedir. Kapsam içerisinde uygulanan filtreler cinsiyet bazında “kadın” olunması, girişimciliğin yalnızca fikir aşamasında kalması değil aktiviteye dönüşerek iş kurmuş olunması, şehir olarak ise “İzmir”de girişimcilik faaliyetlerine başlanmış olunması yer almaktadır.

Araştırmanın sınırlılığını oluşturan ve uygulanırken karşılaşılan bazı durumlar ise şunlardır:

- İşletmelerin kurumsal olmayan yapıları itibariyle işyeri sahibi olarak yoğun iş takibi yapmaları esnasında anket uygulamasına önem verilmemesi,
- Evren kümenin oldukça geniş olması ve kadın girişimci olması örneklem özelliklerini taşımalarının ön koşul olması,
- Kadın girişimcilerin bu konuda yapılan akademik araştırmalara aşina olmamaları ve kendi bireysel özelliklerinin yeterince farkında olmamaları.

3.4 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE TEKNİĞİ

Araştırmalar farklı kategorilerde tasnif edilmektedir. Ele alınan konuya ilişkin en uygun araştırma türünün belirlenmesi en az çalışmanın gerçekleştirilmesi kadar önem arz etmektedir. Sosyal bilimler üzerinde sürdürülen araştırmalar genellikle alan araştırması olarak uygulanmakta bunun aksine fen ve sağlık bilimlerinde ise deneysel laboratuvar araştırmaları uygulanmaktadır (Özdemir, 2010: 11).

Araştırma probleminin tespiti ardından hedef kitlesinin yani belirlenmiş olan doğru örneklemin yer alması bundan sonraki tüm adımlar için özellikle de veri toplanması, alan araştırması aşamasında çok önemlidir. Nitekim çalışmada birincil veri toplama yöntemleri içerisinde yer alan gruplardan, kantitatif yöntemler içerisinde yer alan metotlardan birisi olan “anket” metodu takip edilmiştir (Okumuş, 2010: 66-67). Dolayısıyla bire bir anket çalışması yapılmıştır. Anket sonuçları

değerlendirilen 111 kadın girişimciden 23 tanesinden anket verilmesi sonucu ile mail yoluyla dönüşleri sağlanmıştır. Kalan 88 tane kadın girişimci ile birebir görüşülmüş ve anketi uygulamaları sağlanmıştır.

Anket çalışması 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kadın girişimcileri tanıtıcı bilgilere yönelik sorular yer almıştır ve bölümün devam eden kısmında girişimcilerin kurdukları işletmeye yönelik sorular yöneltmiştir. Birinci bölüm toplamda 10 sorudan oluşmaktadır.

Anketin birinci bölümünde yer alan 10 sorudan ilk 3 tanesi girişimcilerin kendi bilgilerine dayanan (yaş, medeni durum ve eğitim durumu) sorulardır. Kalan sorular ise işletmelerinin sektörel özellikleri, yerleşkesi çalışan sayısı vb bilgileri sorgulamaktadır. Kadın girişimcilerin kurmuş buldukları KOBİ'lere yönelik demografik verilerine bu sorular vasıtasıyla ulaşılması beklenmektedir. Demografik verileri detayında hedeflenen KOBİ'lerin hangi alanda faaliyet gösterdikleri, çalışan sayıları, ölçekleri, kuruluş yıllarının analizinin yapılmasıdır. Sorulardan 11. ve 13. sırada olanlar birden fazla seçenek işaretlenmesinin istendiği sorulardır. 1. ila 10. sorular arası sonuçların gösterimi frekans, grafik ve pasta gösterimleri ile gerçekleştirilmiştir.

İkinci bölüm olan 11. Sorunun yer aldığı kısımda, kadın girişimcilerin hangi nedenlerden etkilenecek girişimci oldukları tespit edilmeye çalışılmış ve çoktan seçmeli 9 nedenden 5 tanesini seçmeleri istenmiştir. Anket çalışmasının üçüncü bölümde 12. ve 13. Sorularında ise kadın girişimcilerin sivil toplum kuruluşu olarak tercihleri ve tercih etme ya da etmeme nedenleri sorulmuştur.

Dördüncü ve son bölümde ise, literatür kapsamında yer alan çalışmalardan da faydalanılarak 36 adet konu ile ilgili önerme belirlenmiştir. KOBİ'lerde kadın girişimci liderlik özelliği olarak girişimcilik performanslarını etkileyen etkenlerin 36 önerme ve ne düzeyde etkilediği derecelendirilerek sorulmuştur. Yöneltilen 36 adet önerme için cevapların seçenekleri “Kesinlikle katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Orta düzeyde katılıyorum”, “Katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” seçenekleri taraflarına sunulmuştur. Anket değerlendirilmesinde SPSS programı kullanılmıştır. Örneklem büyüklüğünün tam olarak tahmin edilememesi nedeniyle %95 güven

seviyesi ile güven aralığı da 10 öngörülme üzere 111 örneklem kadın girişimci KOBİ üzerinde çalışılmasına karar verilmiştir.

Yapılan testler, T testidir. Analiz olarak ise Frekans analizleri uygulanmıştır. Ayrıca Cross Tabs yani Çapraz Tablolar analizi de gerçekleştirilmiştir. Bu kavramların neler olduğuna bakılacak olursa;

Frekans Analizleri; frekans değişkeninin aldığı değerin tekrar etme sayısını göstermektedir. Tüm değişkenlere ilişkin frekans analizi gerçekleştirilebilmektedir (Özdemir, 2010: 220). Başka bir ifade ile frekansın belirli bir noktadaki sayısal yoğunluğunun ifadesi olduğunu söylemek mümkündür (Okumuş, 2010: 272).

Bağımsız Örneklem T testi; değişkenlerin her ikisinin de normal dağıldığı varsayıldığında varyanslarının eşit olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır (Özdemir, 2010: 241).

Son olarak *Çapraz Tablolar* ise; belirli bir veri setinde iki veya daha fazla değişken için dağılımın nasıl olduğunun belirlenmesi ve bu değişkenlerdeki ortak unsurların neler olduğuna erişmek için kullanılmaktadır (Özdemir, 2010: 232).

Tüm bu testler çalışmanın bu bölümünün devamında detaylı biçimde analiz edilecek olup, sonuçları tartışılacaktır.

3.5 ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırma süreci bilindiği üzere, tespit edilen bir problemin varsayımlar altında ele alınması, sınırlayıcı koşullara uygun amaca göre ortaya konan hipotezlerin test edilmesi adına yapılan sistematik incelemeler bütünüdür (Özdemir, 2010: 17). Bir araştırmanın bulgularını analiz edebilmek için bazı araçlara ihtiyaç duyulmaktadır.

İstatistiksel veri analizlerinde bu araçlar hipotezler olarak adlandırılmaktadır. Hipotez testi süreci öncelikle hipotezin belirlenmesi ve somutlaştırılması ile başlamaktadır (Özdemir, 2010: 236). Problem ve amaçlar net bir şekilde tanımlandıktan sonraki adım, hipotezlerin oluşturulması olacaktır. Hipotez bir araştırma probleminin çözümü için, doğrulanması ya da reddedilmesi gereken önermedir. Hipotezler araştırmanın amaçlarına göre şekillenmektedir (Okumuş, 2010:

35). Sonuçlar doğrultusunda bir hipotez ya reddedilir, ya da reddedilemez. Sıfır hipotezi bu noktada belirleyici etken olacaktır. Ayrıca burada önemli olan hipotez reddedilir veya kabul edilirken “ α ” hata olasılığı “ $1 - \alpha$ ” ise güven düzeyi olarak kullanılmasıdır (Özdemir, 2010: 236). İki tip hipotez bulunmaktadır. Bunlar:

- Yokluk hipotez (Null Hypothesis) (H_0): Ortalamalar ve dağılımlar arasında bir farkın ya da ilintinin olmadığını savunur. Bu sayede değişkenler arasında ilişki yoktur sonucuna ulaşılır.
- Alternatif hipotez (Alternative Hypothesis) (H_a): Ortalamalarda ve dağılımda bir fark olduğunu savunur. Bu sayede değişkenler arasında fark vardır sonucuna ulaşılır (Okumuş, 2010: 36).

Çalışmaya ilişkin oluşturulan temel hipotezler şunlardır:

H_1 : Kadın girişimci liderlik özelliği olarak ... girişimcilik performansını pozitif yönde etkiler.

H_2 : Kadın girişimcilik özelliği kapsamında ... faktörü önemlidir.

H_3 : Kadın girişimcilik özelliği kapsamında ... faktörleri arasında ilişki önemlidir.

3.6 ÖLÇÜM ARACININ GÜVENİRLİĞİ VE GEÇERLİĞİ

Anket sorularınının 14. ve 49. soruları arasında kadın girişimcilerin liderlik performansları belli özellikler çerçevesinde 5’li önem derecesine göre girişimcilere sunulan soruların likert ölçeklerinde verdikleri yanıtların değerleri 1’den 5’e kadar basamaklandırılmıştır.

1=Kesinlikle katılmıyorum,

2=Katılmıyorum,

3=Orta düzeyde katılıyorum,

4=Katılıyorum,

5=Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir.

Her sorunun alfa değeri ve güvenilirlikleri ayrı ayrı hesaplanmıştır. Ayrıca Tablo 19’da sunulmakta olan güvenilirlik değerleri faktörler arasında çeşitli gruplar oluşturmak suretiyle 10 grup için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Tüm 36 önerme için toplam güvenilirlik derecesi de hesaplanmış olup dördüncü bölüm önermelerinin güvenilirlik derecesi 0,941 olarak hesaplanmıştır. Faktör gruplarının güvenilirlik değerlerine bakıldığında ise bilimsel olarak kabul edilen eşik değer olan 0,70’in üzerinde sonuçlar ortaya çıkmıştır. Faktör gruplarının güvenilirlik düzeyleri Tablo 19’da gösterilmektedir.

Sonuçlarda yer alan bir diğer ölçüt ise düzeltilmiş öğelerin korelasyon toplamı sütunudur. İlgili değer 4. bölümde 14. ila 50. soru arasında negatif bir değer yer almadığı görülmektedir. Bu durum çalışmada kadın girişimci KOBİ’lere yöneltilen soruların güvenilirlik derecesinin doğru düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 20: Faktör Güvenirlik Analizi

Faktör Grup No	Faktör Grup Başlıkları	Güvenirlik Değeri (%)	Grup içi soru sayısı
1	İşletme Geliştirme	0,829	6
2	Örgütsel Etkileşim	0,845	4
3	Organizasyonel Plan ve Hedefler	0,830	5
4	İletişim Süreçleri	0,836	4
5	Durumsal Analiz	0,817	4
6	İnovatif Yetenekler	0,878	2
7	Karar Süreci	0,718	3
8	Bireysel Yeterlilik	0,728	3
9	Uzmanlaşma	0,62	2
10	Gelişim	0,65	3

Faktör gruplarının görüldüğü şekilde aldığı güvenilirlik düzeylerinin grup içi sorulardaki dağılımını Tablo 21 ve Tablo 30 arasında gösterimi sağlanmıştır. Her bir değer kendi grubunun güvenilirlik düzeyini geçmediği gözlenmektedir. Bunun ötesinde 10 faktör grubunun da toplam erişilen güvenilirlik düzeyi olan **0,941** değerini aşmadığı da görülmektedir.

Kurumsallaşma çalışmaları, markalaşma çalışmaları, sürekli mesleki eğitim alma, iş gezilerine ve fuarlara katılma, öz sermaye gücü olması ve planlı olma önermeleri kapsamında oluşan faktöre işletme geliştirme faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 21).

Tablo 21: İşletme Geliştirme Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Önermeler	Güvenirlik Değeri (%)	
İşletme Geliştirme	Kurumsallaşma çalışmaları	0,759	0,829
	Markalaşma çalışmaları	0,759	
	Sürekli mesleki eğitim alma	0,803	
	İş gezilerine ve fuarlara katılma	0,810	
	Öz sermaye gücü oluşu	0,827	
	Planlı olma	0,824	

Çalışanı motive edebilme, çalışanı etkileyebilme, çalışanlarla pozitif iletişim kurabilme ve ödüllendirme önermeleri kapsamında oluşan faktöre örgütsel etkileşim faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 22).

Tablo 22: Örgütsel Etkileşim Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
Örgütsel Etkileşim	Çalışanı motive edebilme	0,743	0,845
	Çalışanı etkileyebilme	0,755	
	Çalışanlarla pozitif iletişim kurabilme	0,79	
	Ödüllendirme	0,830	

Vizyon sahibi olma, misyon sahibi olma, fizibilite/iş planı yapma, esnek olabilme, yaratıcı olabilme önermeleri kapsamında oluşan faktöre organizasyonel plan ve hedefler faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 23).

Tablo 23: Organizasyonel Plan ve Hedefler Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
Organizasyonel Plan ve Hedefler	Vizyon sahibi olma	0,764	0,830
	Misyon sahibi olma	0,772	
	Fizibilite/iş planı yapmak	0,803	
	Esnek olabilme	0,826	
	Yaratıcı olabilme	0,799	

Katılımcı olma, empati kurabilme, takım çalışmalarına önem verme ve ikna edebilme önermeleri kapsamında oluşan faktöre iletişim süreçleri faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 24).

Tablo 24: İletişim Süreçleri Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
İletişim süreçleri	Katılımcı olma	0,76	0,836
	Empati kurabilme	0,748	
	Takım çalışmalarına önem verme	0,816	
	İkna edebilme	0,822	

Zayıf yönleri belirleyebilme, güçlü yönleri belirleyebilme, amaç ve hedefleri belirleyebilme ve çalışanların amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olma önermeleri kapsamında oluşan faktöre durumsal analiz faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 25).

Tablo 25: Durumsal Analiz Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
Durumsal Analiz	Zayıf yönleri belirleyebilme	0,731	0,817
	Güçlü yönleri belirleyebilme	0,731	
	Amaç ve hedefleri belirleyebilme	0,791	
	Çalışanların amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olma	0,812	

Yeniliğe açık olma ve gelişime açık olma önermeleri kapsamında oluşan faktöre inovatif yetenekler faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 26).

Tablo 26: İnovatif Yetenekler Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
İnovatif Yetenek	Yeniliğe açık olma	- (*)	0,829
	Gelişime açık olma	- (*)	

(*)iki ve daha az soru sayısına sahip olan gruplar için tekil güvenirlikler hesaplanamamaktadır.

Fırsatları görebilme, risk alabilme, kriz yönetimi yapabilme önermeleri kapsamında oluşan faktöre karar süreci faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 27).

Tablo 27: Karar Süreci Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
Karar Süreci	Fırsatları görebilme	0,710	0,718
	Risk alabilme	0,515	
	Kriz yönetimi yapabilme	0,625	

Güvenilir olma, özgüven sahibi olma ve yeterli bilgiye sahip olma önermeleri kapsamında oluşan faktöre bireysel yeterlilik faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 28).

Tablo 28: Bireysel Yeterlilik Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
Bireysel Yeterlilik	Güvenilir olma	0,699	0,728
	Özgüven sahibi olma	0,544	
	Yeterli bilgiye sahip olma	0,687	

Çeşitli belge ve sertifikalara sahip olma ve yeterli deneyime sahip olma önermeleri kapsamında oluşan faktöre uzmanlaşma faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 29).

Tablo 29: Uzmanlaşma Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri (%)	
Uzmanlaşma	Sahip olunan belge/sertifikalar	- (*)	0,62
	Yeterli deneyime sahip olma	- (*)	

(*)iki ve daha az soru sayısına sahip olan gruplar için tekil güvenirlikler hesaplanamamaktadır.

Gelişme yönelimli hayallere sahip olma, müşterilerle olumlu ilişki kurabilme ve sektördeki fırsatları görebilme önermeleri kapsamında oluşan faktöre gelişim faktörü ismi verilmiştir. Faktör iç tutarlılığa sahiptir (Tablo 30).

Tablo 30: Gelişim Faktörü Güvenirlik Analizi

Faktör Grup Başlığı	Sorular	Güvenirlik Değeri	
Gelişim Faktörü	Gelişme yönelimli hayallere sahip olma	0,58	0,65
	Müşterilerle olumlu ilişki kurabilme	0,57	
	Sektördeki fırsatları görebilme	0,62	

3.7 ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN VERİLER VE ANALİZİ

Çalışmada; Bölüm 1 ve Bölüm 2’de incelenen literatür kısımlarını takiben bu bölüm içerisinde İzmir’deki kadın girişimci KOBİ’lerin liderlik özelliklerinin analizleri paylaşılacaktır. Öncelikle uygulamaya katılan kadın girişimcilerin ve işletmelerinin demografik verileri analiz edilmiştir. Daha sonra kadın girişimcilerin karakter özelliklerine liderlik penceresinden bakılarak analiz edilmiş olup sonuçları ve yorumları sunulmaktadır.

3.7.1 Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilere Dayalı Profil

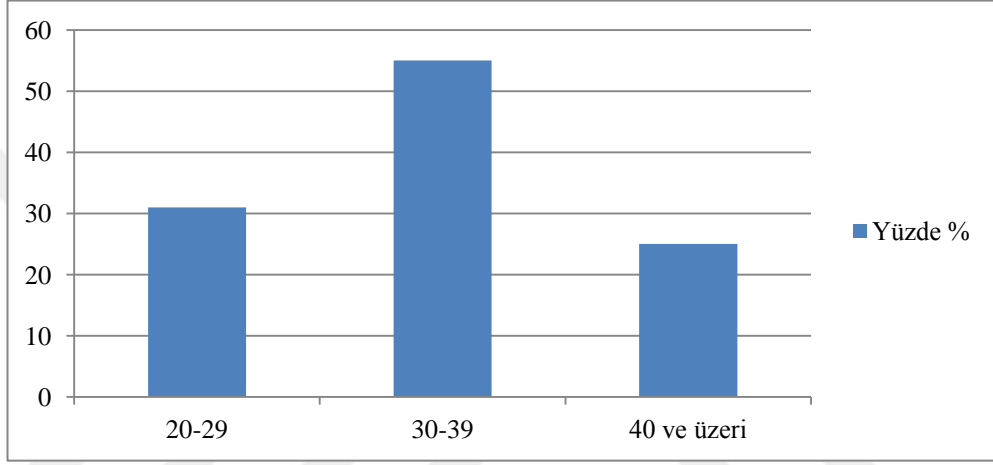
Çalışmaya katılan girişimcilerin yaşları, medeni durumları, eğitim durumları, işletmelerinin yer aldığı sektörler, işletme statüleri, işletmedeki konumları, işletmelerinin kuruluş yılları, işletmelerinin yerleri, işletme çalışan sayıları, deneyimleri tablolar ve şekiller yardımıyla sunulacak ve sonuçları paylaşılacaktır.

3.7.1.1 Kadın Girişimcilerin Yaşları

Araştırmaya katılan girişimcilerin çoğunluğu 30 ila 39 yaşları aralığında yer almaktadır. Ardından gelen grup 20 ile 29 yaşları arasındadır. Azınlıkta olan yaş grubu ise 40 ve üzeri yaşlarda olan kadın girişimcilerdir. 20 ile 29 yaşları arasında olan kimselerin eğitimleri sürmekte olduğundan ve girişimcilik fırsatı için maddi birikimi bulunmadığından çoğunlukla 30 ile 39 yaşları arasında kadınların işletme kurmuş olması rasyonel bir durumdur. Literatürde bahse konu olan D.P. Moore’nin kadın girişimcilerin genelde 35 ile 45 yaşları arasında olduğu tespiti ile örtüşmektedir. En azınlıkta olan kadın girişimci grubunun ise 40 ve 40 yaş üzerinde oluşu ise ilerleyen yaşlarda risk alma ve girişimde bulunma durumunun kadınlar açısından zor oluşuna bağlanabilir. Yaşlarının dağılımı Tablo 31’de görülmektedir.

Tablo 31: Kadın Girişimcilerin Yaşları

Yaş	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif Yüzde
20-29	31	27,9	27,9	27,9
30-39	55	49,5	49,5	77,5
>=40	25	22,5	22,5	100
Toplam	111	100,0	100,0	



Şekil 2: Kadın Girişimcilerin Yaşları

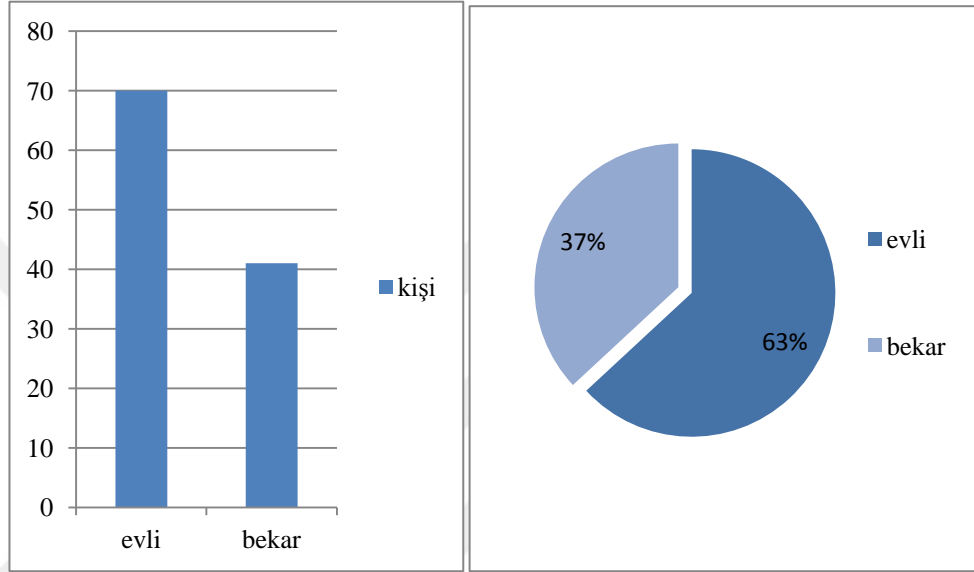
Şekil 2’de görüldüğü üzere kadın girişimciler yaş sıralaması itibariyle en çok 30 ila 39 yaşları arasında yer almaktadırlar.

3.7.1.2 Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları

Araştırmaya katılan girişimcilerden 70’i evli 41’i ise bekarıdır. Bu rakamlara yüzde olarak bakıldığında %63,1’inin evli, %36,9’unun ise bekar olduğu görülmektedir. Bu durumun işaret ettiği nokta ise girişimci kadınlarda evliliğin işletme kurmaları önünde engel olmaktan çok motive edici bir faktör olduğudur (Tablo 32, Şekil 3).

Tablo 32: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları

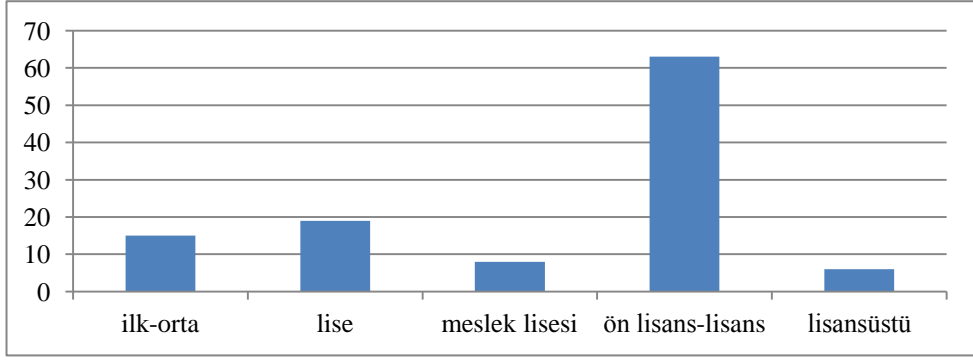
	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli	70	63,1	63,1	63,1
Bekar	41	36,9	36,9	100
Toplam	111	100	100	



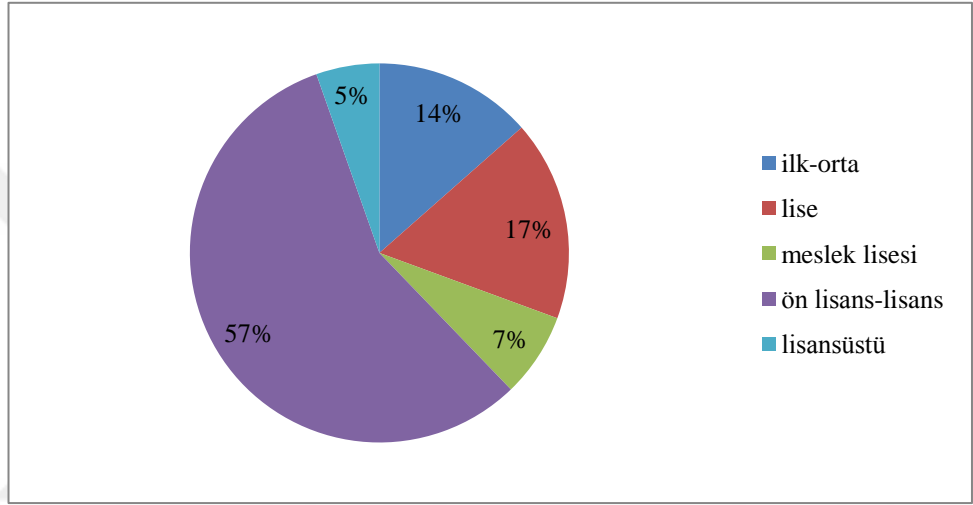
Şekil 3: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları

3.7.1.3 Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları

Araştırmaya katılan girişimcilerden %57'si üniversitelerin ön lisans ya da lisans derecelerinden mezun olmuşlardır. Literatürde yer alan çalışmalarla benzerlik gösteren bu durum işaret etmektedir ki bir işyerinde çalışmayan kadın eğitimlerini deneyimlerini ve tecrübelerini fırsat bulduklarında kendi işlerini kurarak kullanmaktadırlar. Bu oranı takip eden oranlar %17 ile lise düzeyinde eğitime sahip olan ve %14 ile ilk-orta öğrenime sahip girişimciler olmaktadır. Şekil 4.1 ve Şekil 4.2'de eğitim durumlarını gösterir oranları görülmektedir.



Şekil 4.1: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları



Şekil 4.2: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları

3.7.1.4 Kadın Girişimcilerin İşletme Sektörleri

Girişimcilerin kurduğu işletmelerin sektörel olarak alanlarına baktığımızda vergi dairelerinde kayıtlı buldukları NACE kodlarının alfabetik kodlarıyla gösterimleri sağlanan ana gruplarına bakılarak bir analiz yapılmıştır.

Buna göre 111 girişimci işletmesinden en fazla tercih edilen 3 sektör sırasıyla şunlardır:

- Toptan ve Perakende Ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı
- İmalat
- Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler

Muhakkaktır ki imalat ve toptan ve perakende ticaret sektörlerinin içeriği son derece geniştir. Girişimcilerin en fazla tercih ettikleri dallar olmalarının ardında yatan sebeplerden bir tanesi budur. Bir diğeri ise ticaret sektörünün ülkemizde rağbet görmesindedir. Çalışmaya katılan kadın girişimcilerden 31 tanesinin bu dalı tercih etmesi de bu yorumu desteklemektedir.

Her türlü üretim faaliyeti imalat başlığı altında, her türlü toptan ve perakende ticaret işleri ise toptan ve perakende ticaret başlığı altında sınıflandırılır. 111 kadın girişimciden 23'ü imalat sektöründe yer alırken, 17'si mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetlere yönelmiştir. Diğer sektörlerde yer alan işletmelerde sektörel yoğunlaşma olmadığı söylenebilir. Tablo 33'de ayrıntılı olarak bu durum gösterilmektedir.



Tablo 33: Kadın Girişimcilerin İşletme Sektörleri

NACE Kod Kısım	NACE Kod Başlığı	NACE Kod Bölüm İçeriği	Frekans	Yüzde (%)
C	İmalat	10-33	23	20,7
D	Elektrik, gaz buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı	35	1	0,9
F	İnşaat	41-43	4	3,6
G	Toptan ve Perakende Ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı	45-47	31	27,9
H	Ulaştırma ve Depolama	49-53	2	1,8
I	Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri	55-56	14	12,6
J	Bilgi ve iletişim	58-63	3	2,7
M	Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler	69-75	17	15,3
N	İdari ve destek hizmet faaliyetleri	77-82	3	2,7
P	Eğitim	85	4	3,6
Q	İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri	86-88	1	0,9
S	Diğer Hizmet Faaliyetleri	94-96	8	7,2
Toplam			111	100

TUIK, 2013: 33'teki bilgilerin ışığında anket çalışması verileriyle düzenlenmiştir.

3.7.1.5 Kadın Girişimcilerin İşletme Statüleri

İşletmeler ilk kurulduklarında belli sebeplerden ötürü şahıs işletmesi türünü seçmekte oldukları görölmektedir. Bunun altında yatan birkaç sebep bulunmaktadır:

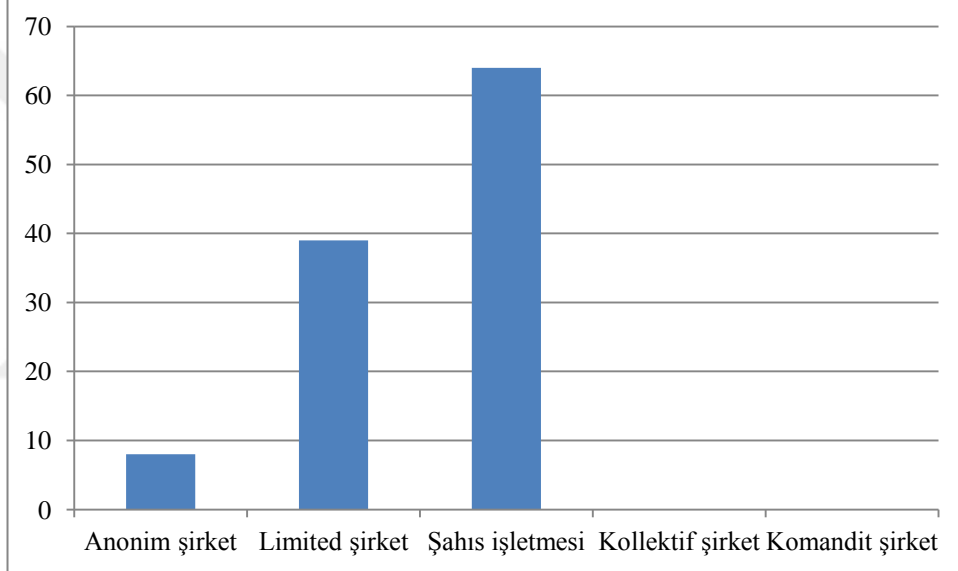
- Kuruluşunun kolay olması,
- Sorumluluk ve yetkinin tek kişi üzerinden yürütölmesi,
- şahsa sıkı sıkıya bağlı bir yapısının olması,
- Bürokrasiye ve evrak bazında daha işler bir sürecinin olması.

Her ne kadar ilk kuruluşlarında girişimciler basit mükellef ya da şahıs işletmesini tercih etseler de ilerleyen dönemlerinde nevi değişikliği yaparak sermaye şirketi türüne de geçiş yapabilmektedirler.

şekil 5 ve Tablo 34’de gösterimi bulunan girişimcilerin statülerinde göröndüğü üzere şahıs işletmelerinin çoğunluğu oluşturduğu görölmektedir. Ardından limited şirket ve anonim şirket gelmektedir. Kolektif ve komandit şirketlerin ise tercih edilmediği görölmektedir.

Tablo 34: Kadın Girişimcilerin İşletme Statüleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif Yüzde
Anonim şirket	8	7,2	7,2	7,2
Limited şirket	39	35,1	35,1	42,3
Şahıs işletmesi	64	57,7	57,7	100,0
Kolektif şirket	0	0	0	-
Komandit şirket	0	0	0	-
Toplam	111	100,0	100,0	



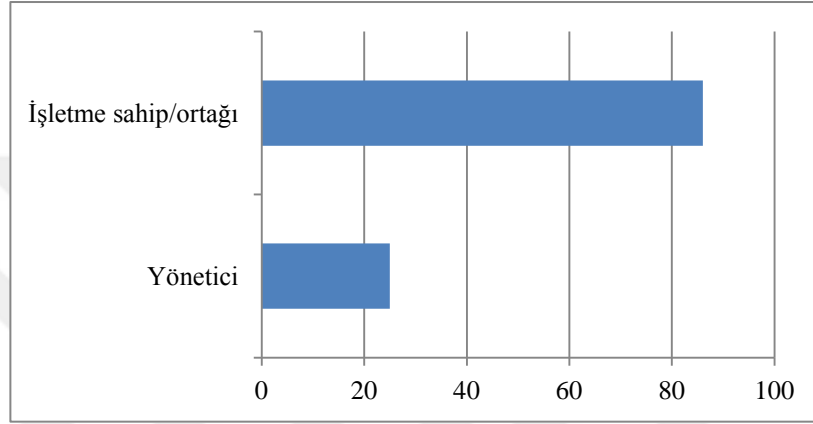
Şekil 5: Kadın Girişimcilerin İşletme Statüleri

3.7.1.6 Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları

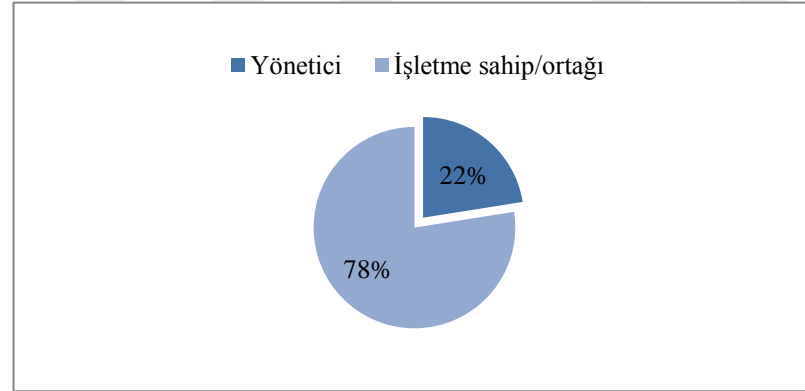
Katılımcı girişimcilerin işletmedeki pozisyonları sorulduğunda %77,5'inin işletme sahibi ya da işletme ortağı olarak yer aldıkları görülmüştür (Tablo 35, Şekil 6.1, Şekil 6.2).

Tablo 35: Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları

	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde
Yönetici	25	22,5	22,5	22,5
İşletme sahibi/ortağı	86	77,5	77,5	100
Toplam	111	100,0	100,0	



Şekil 6.1: Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları



Şekil 6.2: Kadın Girişimcilerin İşletmedeki Pozisyonları

Yöneticilik ve işletme sahipliği özellikle basit mükellefler olarak yer alan şahıs işletmelerinde ortaklaşa kullanılan kavramlar olarak yerini almaktadır.

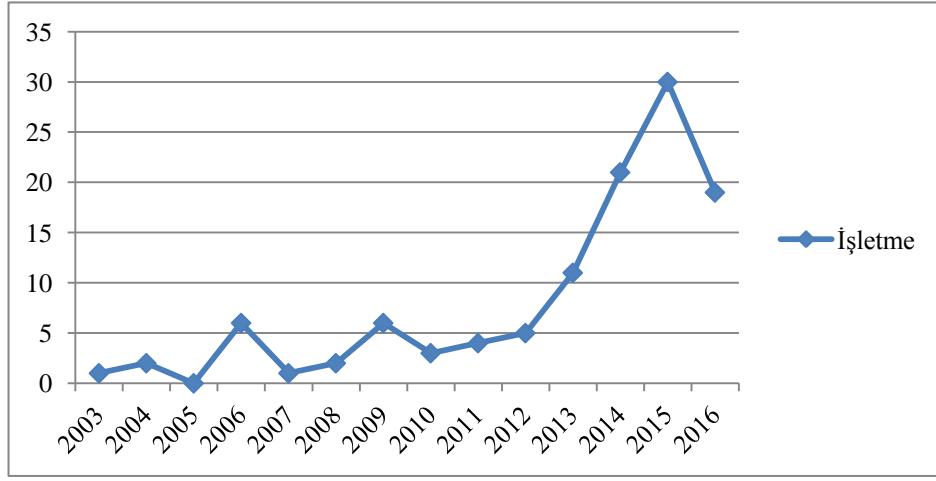
Yeni kurulan bir işletmede görev dağılımları çok fazla belirginleşmemiştir. Ayrıca işletmede henüz başka çalışana yani istihdamı bulunmuyor ise işletme sahibi hem çalışan hem patron görevini üstlenmektedir. Başka bir deyişle, hem yönetici hem çalışan hem de patron vasıflarını tek bir çatıda toplamak durumunda kalmaktadır. Bu durumun gözlemlendiği örnekler uygulamada hiç de az değildir.

3.7.1.7 Kadın Girişimcilerin İşletme Kuruluşları

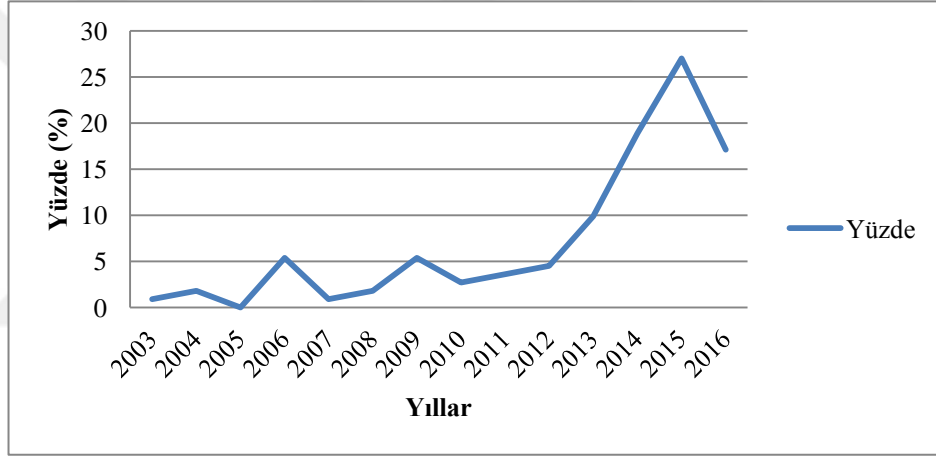
Çalışmaya katılan girişimcilerin çoğunluğunun işletme kuruluş zamanınının 2010 yılı ve sonrasına rastladığı açıkça görülmektedir. 2010 yılı sonrasında girişimcilik düzeylerinde belirgin bir artış bulunmaktadır. Bunun sebebi girişimciliği teşvik eden desteklerin ve belirlenen politikaların etkinleşmesinin 2010 ve sonrasına tekabül etmesindedir.

Girişimcilerin %83,7'si 2010 yılı ve sonrasında işletmelerini kurmuşlardır. Bunu ispatlayan 2016 yılı harici 2010 sonrası tüm verilerdeki artış trendini sergileyen şekiller aşağıda sunulmuştur.

Şekil 7.1'de yer alan veriler ve Şekil 7.2'de yer alan veriler aynı verilerin farklı gösterimlerinden oluşmakta ve paralellik göstermektedir. Bunun sebebi Şekil 7.1'de 111 işletmeden kaç tanesinin hangi yıllara yaygın olarak kurulduğu gösterilirken, Şekil 7.2'de bu işletmelerin kuruluş yıllarının yüzdelik dağılımları gösterilmiştir. Her iki şekilden anlaşıldığı üzere 2010 sonrası artış gösteren bu dağılımlar 2015'te zirveyi yakalamıştır. Bunu takip eden yıllarda ise düşüş trendi sergilemiştir.



Şekil 7.1: Kadın Girişimcilerin İşletme Sayılarına Göre Kuruluş Yılları



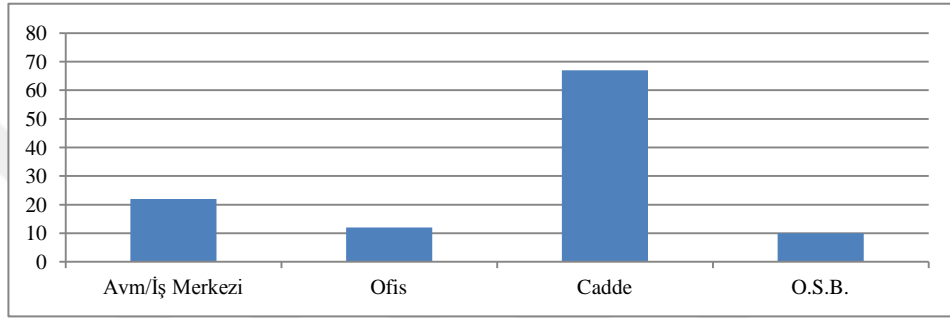
Şekil 7.2: Kadın Girişimcilerin Yüzelere Göre Kuruluş Yılları

3.7.1.8 Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri

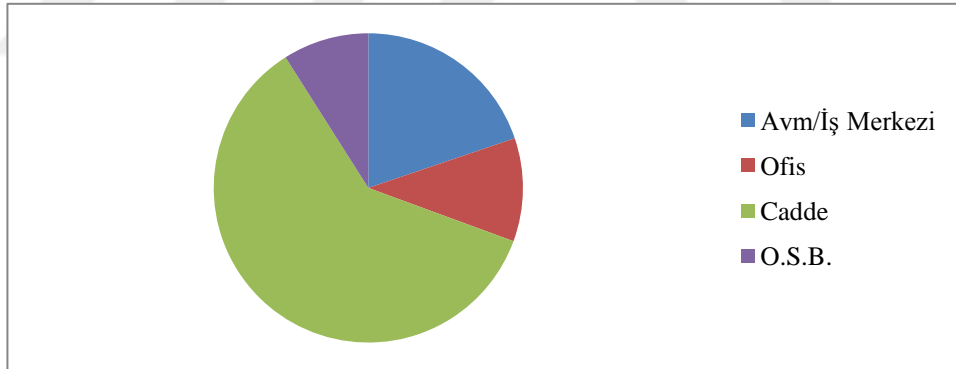
Çalışmaya katılım gösteren girişimcilerin tercih ettikleri konum olarak bakıldığında %60 gibi bir oran ile caddede kurulmuş olan işletmelerinin mevcut olduğu gözlenmektedir. Bunu takip eden işletme yeri sorusu yanıtı ise alışveriş merkezi yahut iş merkezi seçeneği olmuştur (Tablo 36, Şekil 8.1 ve Şekil 8.2).

Tablo 36: Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde
Avm/İş Merkezi	22	19,8	19,8	19,8
Ofis	12	10,8	10,8	30,6
Cadde	67	60,4	60,4	91
O.S.B	10	9,0	9,0	100
Toplam	111	100,0	100,0	



Şekil 8.1: Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri



Şekil 8.2: Kadın Girişimcilerin İşletme Yerleri

3.7.1.9 Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri

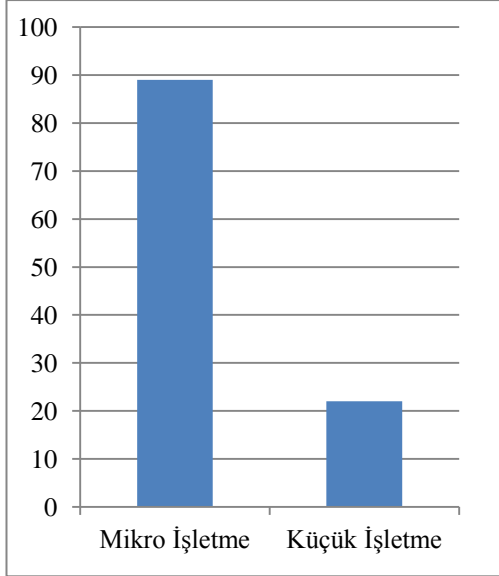
Çalışmaya katılan girişimcilerde görülen en belirgin analiz sonucu fazla sayıda istihdamın olmamasıdır. İşgücü maliyetleri yüksek olduğundan yeni iş kuran girişimciler fazla sayıda istihdam yüküne katlanamamakta ve personel sayıları genel itibarıyla %80,2 oranında olmak üzere 1 ve 10 arasında seyretmektedir.

KOBİ'lerin istihdam açısından sınıflandırılmasına bakıldığında 10'dan az çalışan sayısına sahip KOBİ'ler mikro işletme olarak anılmaktadır. 10 ve 50 arasında çalışana mevcut KOBİ'ler ise küçük işletme kategorisine girmektedir.

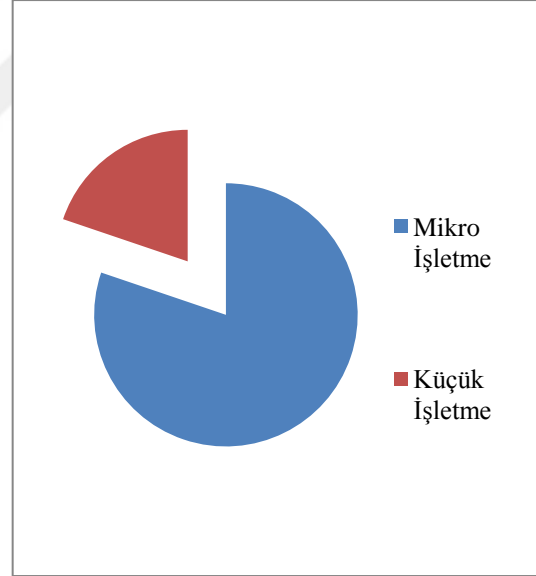
Çalışma sonucunda istihdam sayısına göre mikro ve küçük işletme bulunduğu, orta ve büyük işletmenin ise bulunmadığı görülmüştür (Tablo 37, Şekil 9.1 ve Şekil 9.2).

Tablo 37: Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde
Mikro İşletme	89	80,2	80,2	80,2
Küçük İşletme	22	19,8	19,8	100,0
Toplam	111	100,0	100,0	



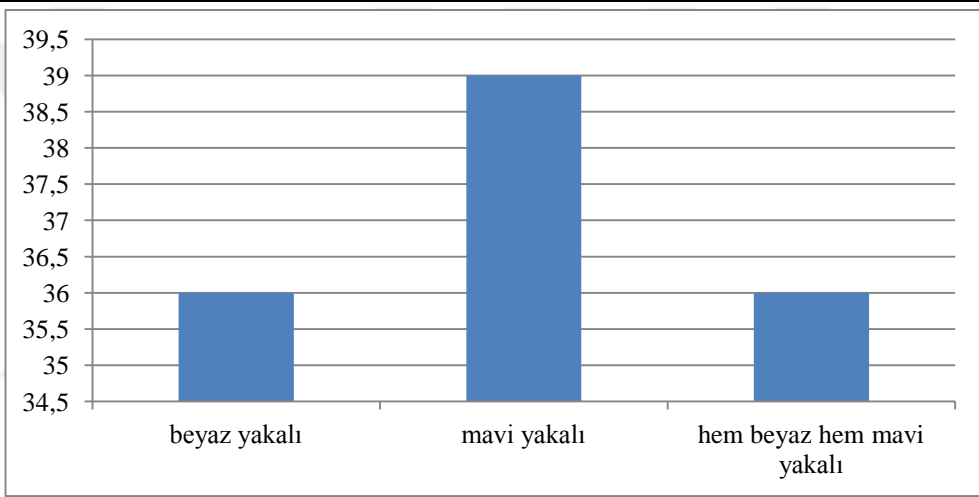
Şekil 9.1: Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri



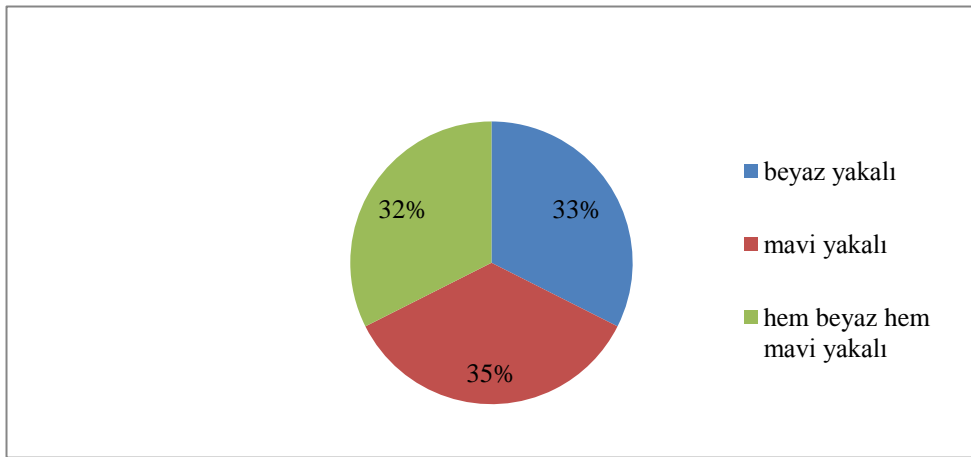
Şekil 9.2: Kadın Girişimcilerin İşletme Ölçekleri

3.7.1.10 Kadın Girişimcilerin İşletme Personel Türleri

İşletme başına düşen toplam çalışan sayısı ortalaması 6,05 tir. Sınıflandırılmış ortalamalarına bakıldığında ise mavi yakalı çalışan sayısı ortalaması 3,99, beyaz yakalı çalışan sayısı ortalaması ise 2,06 olarak hesaplanmıştır. Personellerin kendi içerisinde türüne bakıldığında ise yalnızca mavi yaka personeli istihdam eden işletmeler, yalnızca beyaz yaka personeli istihdam eden işletmeler ve hem mavi yaka hem beyaz yakalı personel istihdam eden işletmeler olarak sınıflandırılmış ve aşağıdaki bulgulara erişilmiştir (Şekil 10.1 ve Şekil 10.2).



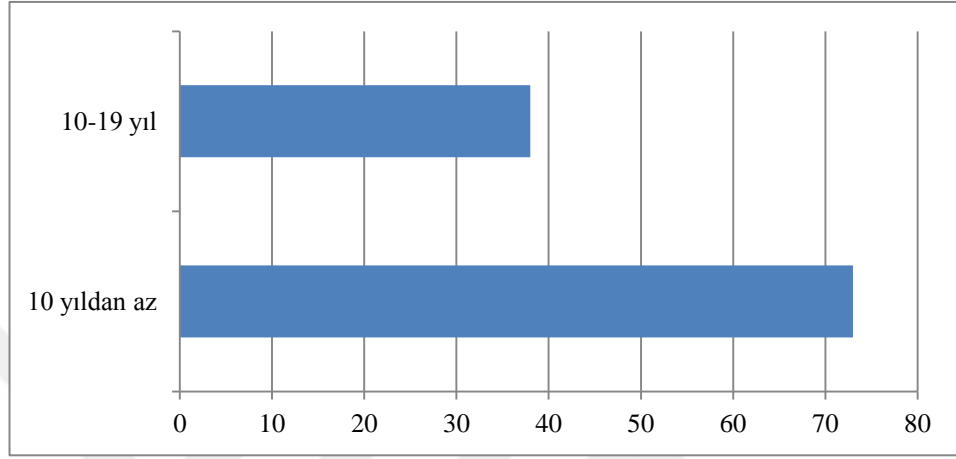
Şekil 10.1: Kadın Girişimcilerin Personel Türleri



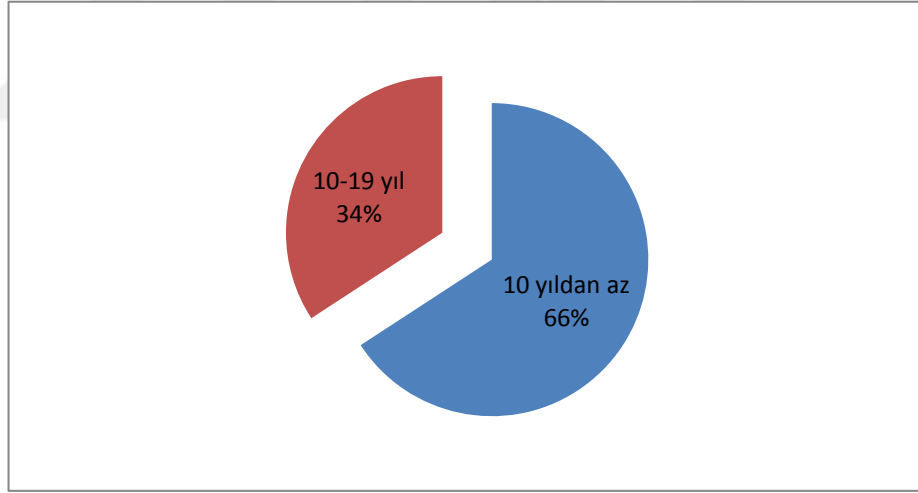
Şekil 10.2: Kadın Girişimcilerin Personel Türleri

3.7.1.11 Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri

Kadın girişimciler iş kurdukları sahadaki geçmiş deneyim sürelerine bakıldığında ise %66 oranında girişimcinin 10 yıldan az bir deneyim sahibi olduğu görülmektedir (Şekil 11.1 ve Şekil 11.2).



Şekil 11.1: Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri



Şekil 11.2: Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri

3.7.1.12 Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedeni

Çalışmaya katılan kadın girişimcilere hangi nedenler ile girişimci oldukları sorulduklarında 9 öncülden en çok 5'ini işaretleyerek cevaplamışlardır. Verilen cevaplar ve yoğunlukları Tablo 38'de ve Şekil 11'de gösterilmektedir.

Tablo 38 ve Şekil 12 üzerinde görüneceği üzere neden girişimci oldunuz sorusuna verilen yanıtlar içerisinde en fazla talep gören seçenekler “Kendi işinin sahibi olma”, “Projelerini hayata geçirme” ve “Bireysel yetenekleri girişime dönüştürme” olmuştur. Ardındansa “Topluma fayda sağlama” seçeneği gelmektedir.

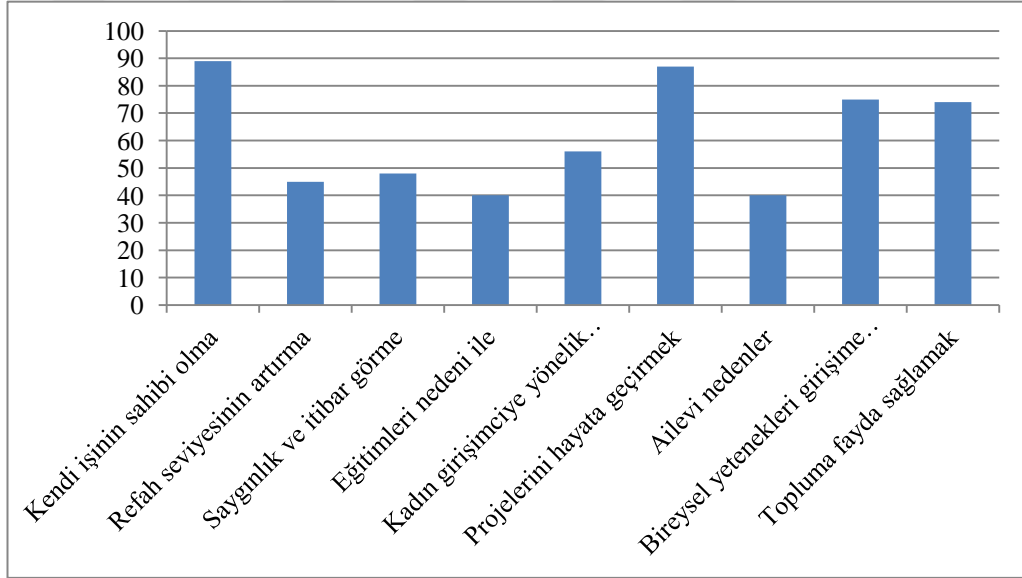
En çok tercih edilen üç seçenek sonrasındaki dağılım ise sırasıyla şöyle olmuştur:

- Topluma fayda sağlamak (%66,7),
- Kadın girişimciye yönelik destek olması (%50,5),
- Saygınlık ve itibar görme (%43,2),
- Refah seviyesini artırma (%40,5),
- Eğitimleri nedeniyle (%36) ve Ailevi nedenler (%36) aynı oranda tercih edilen öncüller olmuştur.

Sonuçlara değinilecek olursa kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri irdelendiğinde çoğu araştırmada “kendini gerçekleştirme isteği ve arzusu” olarak karşımıza çıkan seçeneğin tüm yüksek oranda tercih edilen şıklara dönük bir motivasyon kaynağı olduğunu söylemek mümkündür. Bir kadın projelerini hayata geçirmek, toplumdan saygınlık ve itibar görmek ve bireysel yeteneklerini topluma yansıtarak girişimlere dönüştürmek istiyorsa bunların arkasında yatan temel arzu kendini gerçekleştirmek, kendini ispat etmektir. Bu aynı zamanda girişimci ruhun temel gereksinimidir.

Tablo 38: Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedeni

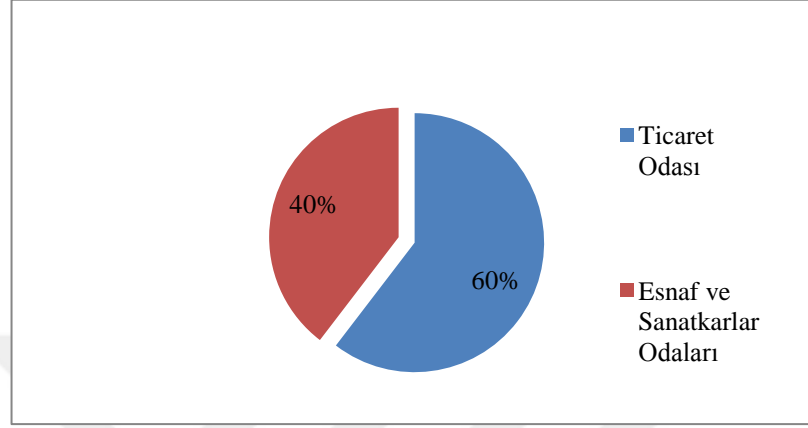
SEÇENEKLER	SAYI	YÜZDE (%)
Kendi işinin sahibi olma	89	80,2
Refah seviyesini artırma	45	40,5
Saygınlık ve itibar görme	48	43,2
Eğitimleri nedeni ile	40	36,0
Kadın girişimciye yönelik destek olması	56	50,5
Projelerini hayata geçirmek	87	78,4
Ailevi nedenler	40	36,0
Bireysel yetenekleri girişime dönüştürme	75	67,6
Topluma fayda sağlamak	74	66,7

**Şekil 12: Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedeni**

3.7.1.13 Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercihleri

Kadın girişimcilerin sivil toplum kuruluşları bazında tercihlerine bakıldığında 67 girişimcinin tercihinin Ticaret Odası olduğu kalan 44 girişimcinin tercihininse Esnaf ve Sanatkarlar Odaları'ndan yana olduğu görülmüştür.

Şekil 13’de yüzdeleri ile birlikte gösterimleri sunulmaktadır. %60 oranında tercih olunan sivil toplum kuruluşu ticaret odası iken %40 oranında esnaf ve sanatkarlar odaları tercih edilmiştir.



Şekil 13: Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercihleri

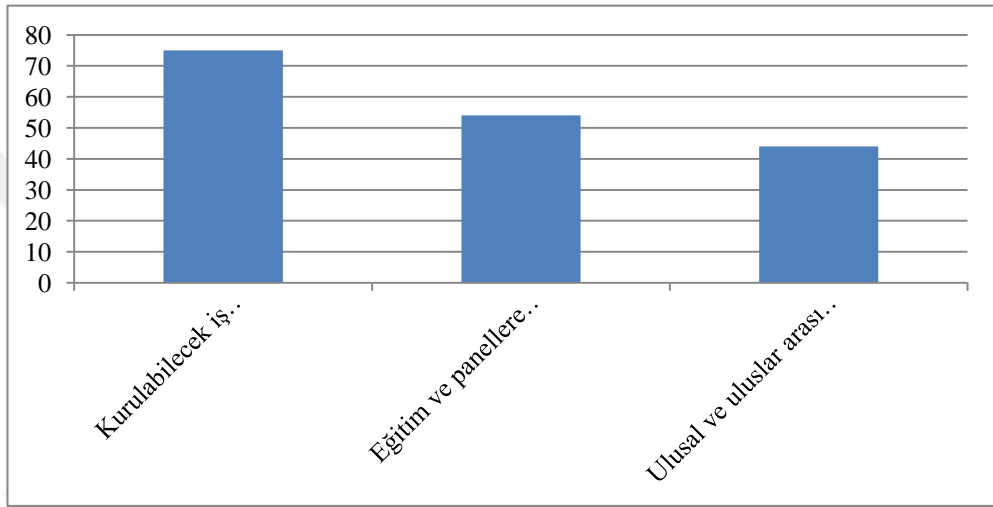
3.7.1.14 Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercih Nedenleri

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere yöneltilen sivil toplum kuruluşlarının tercihinde bulunurken neleri önemsediklerine ilişkin soruya verilen yanıtlar incelendiğinde, en yüksek tercihin %67,6 ile *kurulabilecek iş birlikteliklerine ve ortaklıklarına önem vermek* olduğu görülmektedir. Bu tercihi ikinci sırada %48,6 ile *düzenlenecek eğitim ve panellere iştirak etme* ve üçüncü sırada %39,6 ile *ulusal ve uluslar arası iş gezilerine ve fuarlarına katılım gösterme* takip etmiştir (Tablo 39 ve Şekil 14).

Sonucun işaret ettiği husus, işletmelerin daha ilk kuruldukları andan itibaren hedeflerinin aslında izole edilmiş olarak kalmayıp birliktelikler ve paylaşımlar oluşması yönündedir. Çünkü iç gelişimleri, farklılıkları ve örnekleri inceleyerek ve hatta karşılıklı bilgi paylaşımında bulunarak olacaktır.

Tablo 39: Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercih Nedenleri

SEÇENEKLER	SAYI	YÜZDE (%)
Kurulabilecek iş birlikteliklerine/ortaklıklarına önem verme	75	67,6
Eğitim ve panellere iştirak etme	54	48,6
Ulusal ve uluslar arası iş gezilerine ve fuarlarına katılım gösterme	44	39,6



Şekil 14: Kadın Girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşu Tercih Nedenleri

3.7.1.15 Önermeler Kapsamında Tek Örnek T Testi

H_1 hipotezi; ölçüm aracında yer alan her bir önerme kapsamında kabul edilmiştir. Diğer bir deyişle her bir önerme kadın girişimci liderlik özelliği olarak girişimcilik performansını pozitif yönde etkilemektedir (Tablo 40).

Tablo 40: Önermeler Kapsamında Tek Örnek T Testi

Faktör Grupları	Önermeler	t	sd	p
İşletme Geliştirme	Kurumsallaşma çalışmaları	7,483	110	,000
	Markalaşma çalışmaları	9,107	110	,000
	Sürekli mesleki eğitim alma	7,778	110	,000
	İş gezilerine ve fuarlara katılma	8,881	110	,000
	Öz sermaye gücü oluşu	10,164	110	,000
	Planlı olma	21,508	110	,000
Örgütsel Etkileşim	Çalışanı motive edebilme	12,297	110	,000
	Çalışanı etkileyebilme	11,131	110	,000
	Çalışanlarla pozitif iletişim kurabilme	13,033	110	,000
	Ödüllendirme	8,755	110	,000
Organizasyonel Plan ve Hedefler	Vizyon (geleceği görebilme) sahibi olma	17,128	110	,000
	Misyon (özü görev) sahibi olma	18,247	110	,000
	Fizibilite yapma	19,596	110	,000
	Esnek olabilme	13,008	110	,000
	Yaratıcı olabilme	19,129	110	,000
İletişim Süreçleri	Katılımcı olma	18,462	110	,000
	Empati kurabilme	18,646	110	,000
	Takım çalışmalarına önem verme	18,020	110	,000
	İkna edebilme	17,546	110	,000
Durumsal Analiz	Zayıf yönleri belirleyebilme	13,008	110	,000
	Güçlü yönleri belirleyebilme	16,316	110	,000
	Amaç ve hedefler belirleme	23,738	110	,000
	Çalışanların amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olma	9,715	110	,000
İnovatif Yetenekler	Yeniliğe açık olma	29,158	110	,000
	Gelişime açık olma	26,608	110	,000

Karar Süreci	Fırsatları görebilme	25,889	110	,000
	Risk alabilme	15,839	110	,000
	Kriz yönetimi yapabilme	14,365	110	,000
Bireysel Yeterlilik	Güvenilir olma	26,959	110	,000
	Özgüven sahibi olma	27,162	110	,000
	Yeterli bilgiye sahip olma	16,442	110	,000
Uzmanlaşma	Sahip olunan belge/sertifikalar	9,619	110	,000
	Yeterli deneyime sahip olma	12,705	110	,000
Gelişim	Gelişme yönelimli hayallere sahip olması	17,066	110	,000
	Müşterilerle olumlu ilişki kurabilme	27,600	110	,000
	Sektördeki fırsatları görebilme	20,553	110	,000

3.7.1.16 Faktörler Kapsamında Tek Örnek T Testi

Her bir faktör için H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Her bir faktör kapsamında, KOBİ'lerde yer alan kadın girişimcilerin liderlik özelliklerinin girişimcilik performansını ileri düzeyde pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir (Tablo 41).

Tablo 41: Faktörler Kapsamında Tek Örnek T Testi

Faktör Grupları	t	sd	p
F1	13,649	110	,000
F2	13,573	110	,000
F3	22,371	110	,000
F4	22,169	110	,000
F5	18,575	110	,000
F6	29,480	110	,000
F7	22,168	110	,000
F8	30,999	110	,000
F9	23,376	110	,000
F10	29,312	110	,000

3.7.1.17 Faktör Grupları Arası İlişki Düzeyleri

Faktörler arasındaki korelasyonların ortaya konulduğu, H_3 hipotezi bütün ilişkileri kapsamında kabul edilmiştir. Genel olarak, ilişkilerin pozitif yönde orta ve ortaya yakın düzeyde olduğu belirlenmiştir. 10 grupta incelenen liderlik özelliklerinin birbirleri arasındaki ilişkinin yönüne ve derecesine bakıldığında aşağıdaki sonuçlara erişilmiştir.

3.7.1.17.1 İşletme Geliştirme Faktörünün İlişki Düzeyleri

İşletme geliştirme (F1) ve örgütsel etkileşim (F2) arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve organizasyonel plan ve hedefler (F3) arasında pozitif yönde güçlü ve önemli bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve iletişim süreçleri (F4) arasında pozitif yönde orta düzeyde

önemli bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve durumsal analiz (F5) arasında pozitif yönde güçlü ve önemli bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve inovatif yetenekler (F6) arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve karar süreci (F7) arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve bireysel yeterlilik (F8) arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve uzmanlaşma (F9) arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. İşletme geliştirme (F1) ve gelişim faktörü (F10) arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.2 Örgütsel Etkileşim Faktörünün İlişki Düzeyleri

Örgütsel etkileşim (F2) ve organizasyonel plan ve hedefler (F3) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel etkileşim (F2) ve iletişim süreçleri (F4) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel etkileşim (F2) ve durumsal analiz (F5) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel etkileşim (F2) ve inovatif yetenekler (F6) arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel etkileşim (F2) ve karar süreci (F7) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel etkileşim (F2) ve bireysel yeterlilik (F8) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel etkileşim (F2) ve uzmanlaşma (F9) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel etkileşim (F2) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.3 Organizasyonel Plan ve Hedefler Faktörü İlişki Düzeyleri

Organizasyonel plan ve hedefler (F3) ve iletişim süreçleri (F4) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Organizasyonel plan ve hedefler (F3) ve durumsal analiz (F5) faktörleri arasında pozitif yönde güçlü

ve önemli bir ilişki bulunmaktadır. Organizasyonel plan ve hedefler (F3) ve inovatif yetenekler (F6) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Organizasyonel plan ve hedefler (F3) ve karar süreci (F7) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Organizasyonel plan ve hedefler (F3) ve bireysel yeterlilik (F8) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Organizasyonel plan ve hedefler (F3) ve uzmanlaşma (F9) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Organizasyonel plan ve hedefler (F3) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.4 İletişim Süreçleri Faktörü İlişki Düzeyleri

İletişim süreçleri (F4) ve durumsal analiz (F5) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İletişim süreçleri (F4) ve inovatif yetenekler (F6) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. İletişim süreçleri (F4) ve karar süreci (F7) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İletişim süreçleri (F4) ve bireysel yeterlilik (F8) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İletişim süreçleri (F4) ve uzmanlaşma (F9) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İletişim süreçleri (F4) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.5 Durumsal Analiz Faktörü İlişki Düzeyleri

Durumsal analiz (F5) ve inovatif yetenekler (F6) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Durumsal analiz (F5) ve karar süreci (F7) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Durumsal analiz (F5) ve bireysel yeterlilik (F8) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Durumsal analiz (F5) ve uzmanlaşma (F9)

faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Durumsal analiz (F5) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.6 İnovatif Yetenekler Faktörü İlişki Düzeyleri

İnovatif yetenekler (F6) ve Karar süreci (F7) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. İnovatif yetenekler (F6) ve bireysel yeterlilik (F8) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. İnovatif yetenekler (F6) ve uzmanlaşma (F9) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. İnovatif yetenekler (F6) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.7 Karar Süreci Faktörü İlişki Düzeyleri

Karar süreci (F7) ve bireysel yeterlilik (F8) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır. Karar süreci (F7) ve uzmanlaşma (F9) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Karar süreci (F7) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.8 Bireysel Yeterlilik Faktörü İlişki Düzeyleri

Bireysel yeterlilik (F8) ve uzmanlaşma (F9) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Bireysel yeterlilik (F8) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde orta düzeyde önemli bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

3.7.1.17.9 Uzmanlaşma Faktörü İlişki Düzeyleri

Uzmanlaşma (F9) ve gelişim (F10) faktörleri arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 43).

10 grupta toplanmış olan faktör gruplarının gösterimi Tablo 42’de sunulmaktadır.

Tablo 42: Faktör Grupları

Faktör Grup No	Faktör Grup Başlıkları
1	İşletme Geliştirme
2	Örgütsel Etkileşim
3	Organizasyonel Plan ve Hedefler
4	İletişim Süreçleri
5	Durumsal Analiz
6	İnovatif Yetenekler
7	Karar Süreci
8	Bireysel Yeterlilik
9	Uzmanlaşma
10	Gelişim

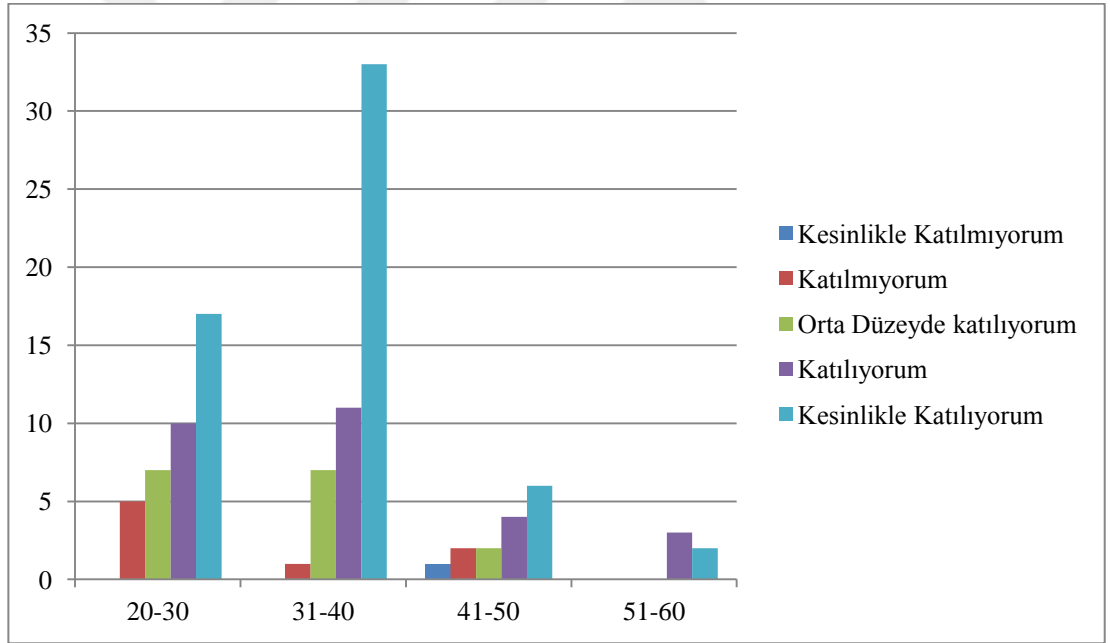
Tablo 43: Faktörlere Göre Pearson Korelasyonu

	f1	f2	f3	f4	f5	f6	f7	f8	f9	f10
f1	1	,536**	,623**	,500**	,617**	,425**	,471**	,4	,364*	,453**
f2	,536**	1	,424**	,486**	,532**	,287**	,398**	,3	,336*	,309**
f3	,623**	,424**	1	,477**	,615**	,514**	,489**	,4	,322*	,463**
f4	,500**	,486**	,477**	1	,607**	,396**	,476**	,4	,471*	,456**
f5	,617**	,532**	,615**	,607**	1	,365**	,476**	,4	,355*	,385**
f6	,425**	,287**	,514**	,396**	,365**	1	,324**	,4	,214*	,431**
f7	,471**	,398**	,489**	,476**	,476**	,324**	1	,4	,323*	,423**
f8	,411**	,362**	,450**	,497**	,457**	,456**	,473**	1	,327*	,477**
f9	,364**	,336**	,322**	,471**	,355**	,214*	,323**	,3	1	,333**
f10	,453**	,309**	,463**	,456**	,385**	,431**	,423**	,4	,333*	1
*0,05 ve ** 0,01 önemlilik seviyeleridir.										

3.7.1.18 Çapraz Tablo Analizleri

Kadın girişimci liderlik özelliklerinin analizini yaparken bazı değişkenlerin arasındaki ilişkiyi incelemek yerinde olabilmektedir. Buna göre bu kısımda; kadın girişimcilerin yaşları ile yeterli deneyime sahip olma özellikleri bakımından algılarının ilişkisine, eğitim durumları ile kurumsallaşma ve markalaşma çalışmaları için düşüncelerinin arasındaki ilişkiye, medeni durumlarına göre esnek olabilme, yeniliğe açık olma, gelişime açık olma düzeyi bakımından düşüncelerinin ilişkisine, yaşlarına göre özgüven sahibi olma bakımından ilişkisine, mesleki deneyim sahibi olmaları ile de fırsatları görebilme, risk alabilme ve kriz yönetimi yapabilme önermeleri arasındaki ilişki izlenecektir. Edinilen sonuçlara aşağıda yer verilmektedir.

i. Kadın Girişimcilerin Yaşları ve Yeterli Deneyime Sahip Olmaları Arasındaki İlişki

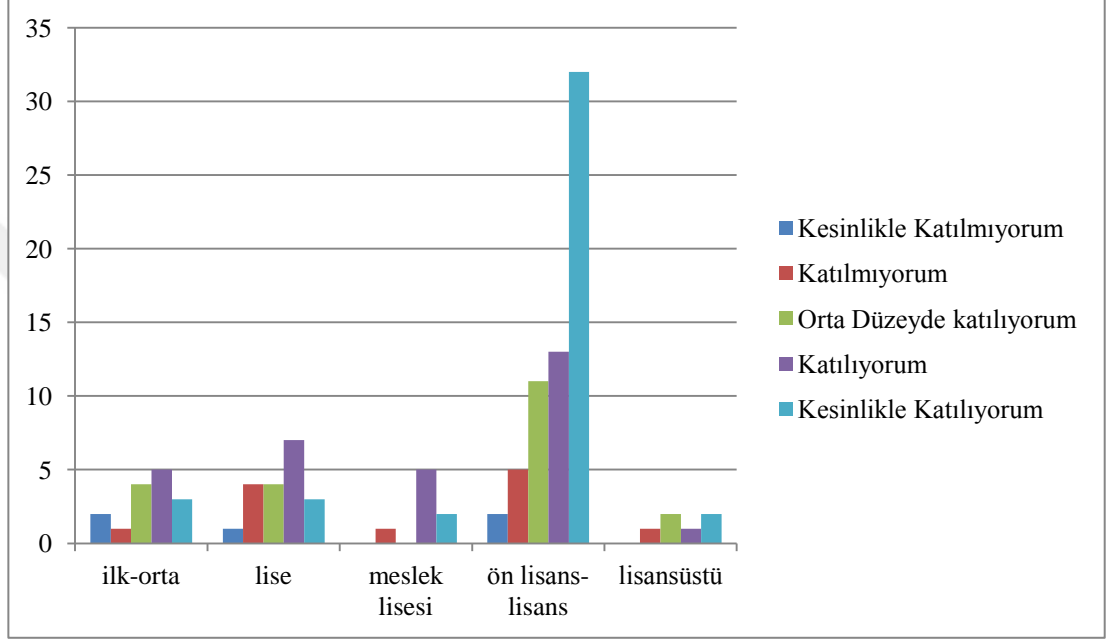


Şekil 15: Kadın Girişimcilerin Yaşları ve Yeterli Deneyime Sahip Olmaları Arasındaki İlişki

Kadın girişimcilerin 31-40 yaşları arasında seyreden yaş grubundaki katılımcıların kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak yeterli deneyime sahip olmanın girişimcilik performansını artırdığını en yüksek oranda değerlendiklerini

söylemek mümkündür. Ardından takip eden yaş grubu ise 20 ila 30 yaş arasındaki kadın girişimcilerin bulunduğu grup olmaktadır (Şekil 15).

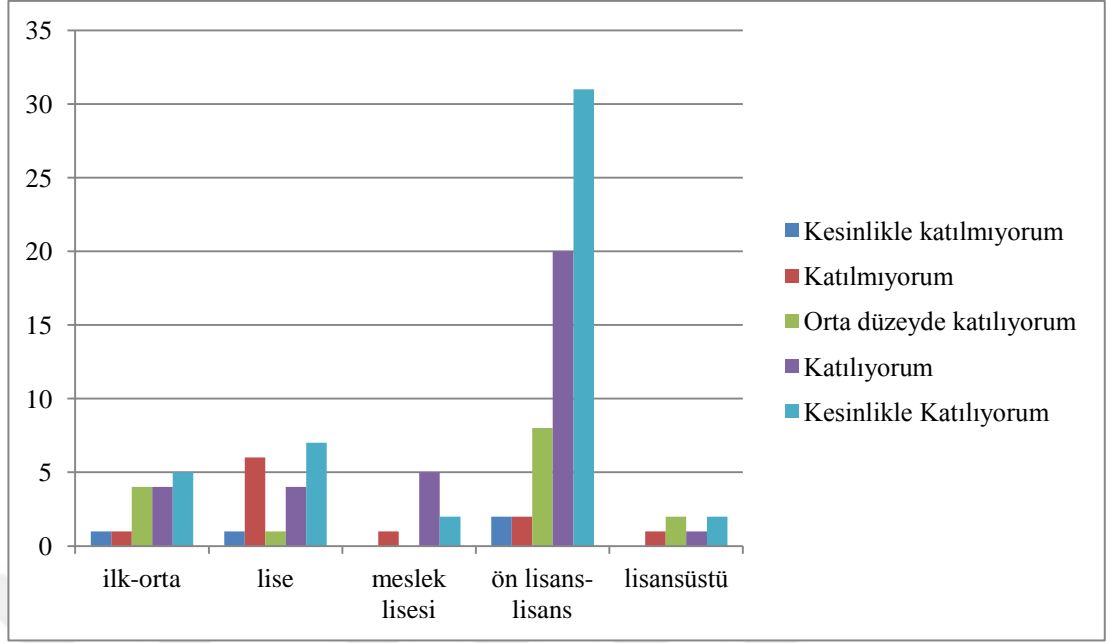
ii. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kurumsallaşma ve Markalaşma Çalışmaları Arasındaki İlişki



Şekil 16: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kurumsallaşma Çalışmaları Arasındaki İlişki

Kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak kurumsallaşma çalışmaları gerçekleştirmenin girişimcilik performansını artırdığını düşüncelerini en çok destekleyen oranda sonuçlara ulaşılan grup ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim dereceleri olan kadın girişimci grubudur (Şekil 16).

Benzer durum kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak markalaşma çalışmaları gerçekleştirmenin girişimcilik performansını artırmasına bakışlarında da gözlenmektedir. En yüksek oranda katılım düzeyi ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim gören kadın girişimcilerde görülmüştür. Şekil 17’de grafiksel gösterim gerçekleştirilmiştir.



Şekil 17: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Markalaşma Çalışmaları Arasındaki İlişki

iii. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Esnek Olma, Yeniliğe ve Gelişime Açık Olmaları Arasındaki İlişki

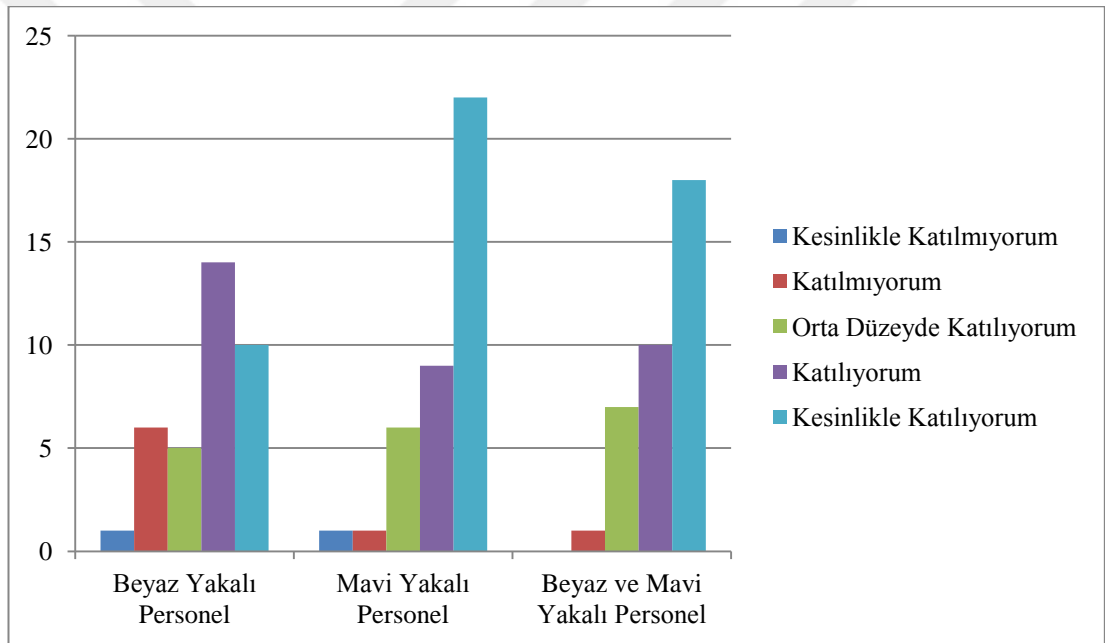
Çalışmaya katılan kadın girişimcilerin kadın girişimci liderlik özelliği olarak yeniliğe açık olmayı benimseme düzeylerine bakıldığında kesinlikle katılıyorum öncülü bekar ve evli olan iki grupta da en yüksek olan öncül olmuştur. Yüzdesel olarak bakıldığında ise, evli kadın girişimcilerin %64,6'sı kesinlikle katılıyorum der iken bekar kadın girişimcilerin %35,4'ü bu seçeneği işaretlemiştir. Gelişime açık olmayı değerlendirmeleri açısından oran aynı seyretmiş olup evli kadın girişimcilerde kesinlikle katılıyorum öncülü %64,6, bekar kadın girişimciler için %35,4 olmuştur. Esnek olmanın kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak girişimcilik performanslarını pozitif yönde etkilediğini düşünen kadın girişimcilerin sayısı evli olarak 32 kişi, bekar olarak 13 kişidir. Yüzdeler ise sırasıyla %71,1 ve %28,9'dur.

Tablo 44: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Esnek Olma, Yeniliğe ve Gelişime Açık Olmaları Arasındaki İlişki

	Yeniliğe Açık Olma				
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Evli	0	1 100(%)	2 40(%)	14 60,9(%)	53 64,6(%)
Bekar	0	0	3 60(%)	9 39,1(%)	29 35,4(%)
Toplam	0	1 100(%)	5 100(%)	23 100(%)	82 100(%)
	Gelişime Açık Olma				
Evli	0	0 100(%)	3 42,9(%)	16 66,7(%)	51 64,6(%)
Bekar	0	1	4 57,1(%)	8 33,3(%)	28 35,4(%)
Toplam	0	1 100(%)	7 100(%)	24 100(%)	79 100(%)
	Esnek Olabilme				
Evli	2 100(%)	3 75(%)	8 50(%)	25 56,8(%)	32 71,1(%)
Bekar	0	1 25(%)	8 50(%)	19 43,2(%)	13 28,9(%)
Toplam	2	4 100(%)	16 100(%)	44 100(%)	45 100(%)

iv. Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Personel Türleri ile Çalışanı Etkileyebilmeleri Arasındaki İlişki

Şekil 18’de gösterildiği üzere kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak çalışanı etkileyebilmelerinin girişimlerine pozitif olarak katkıda bulunduğunu düşünmelerini daha çok destekleyen nitelikte bulunan personel türü mavi yakalı personel türü olmaktadır. Mavi yakalı personel türünü çalıştıran kadın girişimcilerin olumlu cevabı beyaz yakalı personel türünü çalıştıran kadın girişimcilere göre iki katından fazladır. Yani, personelin kalifiye düzeyi arttıkça kadın girişimcilerin personeli etkileyebilme olanağı daha zayıflayabilmektedir şeklinde açıklanabilir.



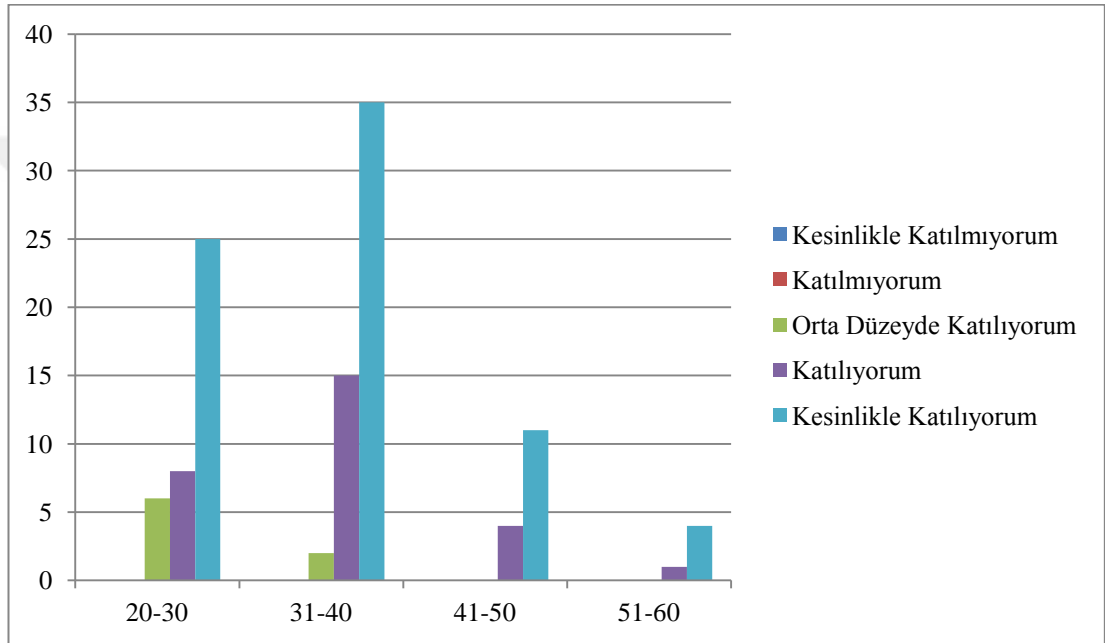
Şekil 18: Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Personel Türleri ile Çalışanı Etkileyebilmeleri Arasındaki İlişki

v. Kadın Girişimcilerin Yaşları ile Özgüven Sahibi Olmaları Arasındaki İlişki

Kadın girişimcilerin yaşlarını sınıflandırarak kadın girişimci liderlik özelliği olarak özgüven sahibi olmalarının girişimcilik performanslarını etkilemeleri konusunda katılım düzeylerine bakıldığında Şekil 19’da görüldüğü üzere en yüksek

katılımı 31-40 yaş grubunda yer alan kadın girişimciler gösterirken, ardından 20-30 yaş grubunda yer alan kadın girişimciler takip etmektedir.

Söz konusu sonuca göre, nispeten genç diyebileceğimiz yaş gruplarında bulunan kadın girişimcilerin özgüven düzeyinin girişimcilik performanslarına katkı sağladığını daha fazla benimsemektedirler. Ayrıca 51-60 yaş grubunda yer alan kadın girişimcilerin ise kendilerinin girişimcilik performanslarını özgüven düzeylerinin minimum seviyelerde etkilediğini düşündükleri sonucuna varılmaktadır.



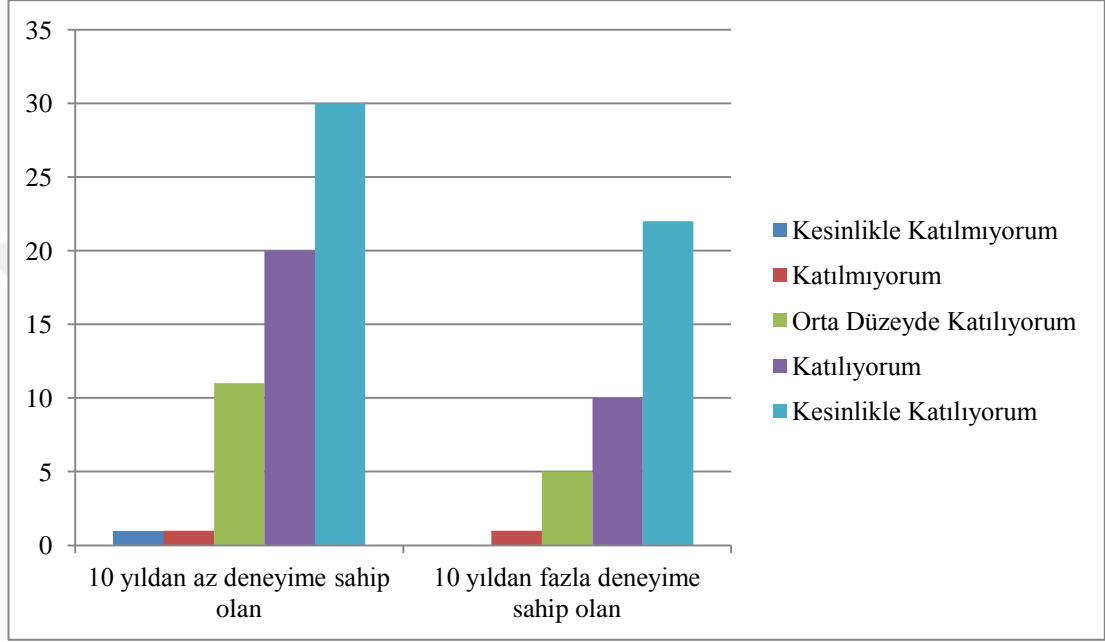
Şekil 19: Kadın Girişimcilerin Yaşları ile Özgüven Sahibi Olmaları Arasındaki İlişki

vi. Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri ile Risk Alabilmeleri Arasındaki İlişki

Kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak risk alabilme konusundaki görüşlerini analiz ettiğimizde katılım düzeyleri bakımından 10 yıldan daha az yıl deneyime sahip olan kadın girişimciler ile 10 yıl ve üzeri deneyime sahip olan kadın girişimcilerin kendi grupları içerisinde yaklaşık olarak aynı frekanslarda yanıtlar vermiş oldukları görülmektedir. Fakat yüzdesel olarak bakıldığında çalışmaya katılan 10 yıldan daha kısa süreli deneyime sahip olan kadın girişimcilerin liderlik özelliği

olarak risk alabilme konusunda görüş olarak daha katılımcı oldukları gözlenmektedir.

Yani başka bir deyişle kadın girişimci liderlik özelliği olarak risk almaya daha yatkındırlar. Demek oluyor ki, risk alabilme yolun henüz başında olan girişimcilerin daha kolaylıkla tercih edebileceği bir durum olarak değerlendirilebilir.



Şekil 20: Kadın Girişimcilerin Deneyim Süreleri ile Risk Alabilmeleri Arasındaki İlişki

SONUÇ

Rekabetin çoğaldığı günümüz koşullarında girişimciler pazar içerisindeki yerlerini korumak ve daha fazla pazar payına sahip olmak adına çeşitli araçlar, yöntemler ve karakter özellikleri ile mücadele etmektedirler. Girişimcileri öne taşıyan ve onları güçlendiren pek çok unsurla beraber çalışmada irdelenen liderlik özelliklerinin ve yeteneklerinin işletmelerini bir adım öne taşımakta ne denli önemli olduğu gözler önüne serilmektedir. Girişimciler tek başlarına küçük gibi görünürken, bir araya gelmeleriyle büyük bir dinamik oluştururlar. Ekonomi sahnesinde yer alan girişimcilerin bir kolunun kadın girişimciler olduğu ve son yıllarda kat ettikleri yolun erkek girişimcilerden daha fazla olduğu göz ardı edilmemelidir.

Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişmesine katkı sağlamak ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için, kadının girişimcilerin gücünden, KOBİ'lerin katkısından yoksun olunmamalıdır. Bunun için girişimci sayısını ve kadın girişimci sayısını artırmak, var olan girişimcileri güçlendirmek ve girişimci olmak için kendilerinde güç bulamayanları da öz güçlerine inandırmak ve hepsini küresel rekabette yerlerine kavuşturmak gerekmektedir.

Çalışmada yapılan analiz sonuçlarına göre güvenilirlik düzeyleri ölçüm aracının ve örneklemin doğruluğunu gösteren bir kıstastır. Bu çalışmada güvenilirlik düzeyleri açısından tatmin edici sonuçlara erişilmiştir. Anket uyguladığımız kadın girişimci grubumuz ve yöntemimiz kabul görmüştür. Güvenirlik düzeyleri en çok olan 3 faktör grubu ise; İnovatif Yetenekler, Örgütsel Etkileşim ve İletişim Süreçleridir.

Çalışmanın ortaya koyduğu bir diğer bulgu ise demografik verilerdir. Yani İzmir'de işletmelerini faaliyete geçiren ve kadın olarak girişimlerinin başında sağlam şekilde duran kadın girişimcilerin yaş, medeni durumları, eğitim düzeyleri, işletmelerinin sektörleri, işletmelerinin statüleri, işletmelerinde çalıştıkları pozisyonları, işletmelerini hangi yılda kurdukları, işletmelerinin yerleri,

işletmelerinin ölçekleri, çalışan personellerinin türleri, çalışan sayıları, deneyim süreleri, girişimci olma nedenleri ve sivil toplum kuruluşu tercihleri analiz edilmiştir.

Bu analiz sonuçlarını değerlendirmek gerekirse şunlar ifade edilebilir:

- Kadın girişimciler en çok otuzlu yaşlarında girişimci liderlik güdüsü ile işletme kurmaktadır. Moore'nin çalışmasında yapılan literatür taramasında aynı durum ortaya konmuş ve ilk kısımda bahsedilmiştir (Moore, 1990). Kırklı yaşlarda girişimcilik gösterme isteği düşmektedir. Ayrıca yirmili yaşlarında ise eğitim hayatının devam etmesi ve öz sermaye yetersizliğinden ötürü girişimcilik gösterme düzeyi düşük gözlenmiştir.

- Kadın girişimcilerin yüksek bir yüzde ile evli oldukları görülmekte olup, bu resim ev hayatındaki rollerinin aslında hayallerini gerçekleştirmeye engel olmadığı ve girişimciliği geri plana atmadıklarını sergilemektedir. Literatürde bazı çalışmalarda ulaştığımız bu sonuç ile benzer sonuçlar edinilmiştir (Buttner, 1993; Çelik ve Özdevecioğlu, 2001).

- Yüksek bir oran ile kadın girişimcilerin çoğunluğu üniversitelerin ön lisans ve lisans derecelerinden mezun durumdadırlar. Böylelikle diplomalarını ve eğitim hayatlarını girişimci olarak reel hayata yansıttıkları ortaya konmuştur. Aynı zamanda heyecan verici diğer sonuç ise ilk-orta düzeyde eğitim hayatı bulunan kadın girişimcilerin de cesaret ve başarıma arzusu ile iş hayatına adım atmış olmalarıdır.

- Kadın girişimcilerin işletmelerini kurdukları sektörler göz önüne alındığında ticaret, imalat ve mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler sahaları başı çekmektedir. Gerçekten de literatürde yapılan araştırmalar ile bu sonuç paralellik göstermektedir. Kadın girişimcilerin daha çok ticaret, hizmet gibi alanlarda girişimlerini kurdukları geçmişte yapılan birçok çalışmada ortaya konmuştur (Moore, 1990; Delmar ve Holmquist, 2003, Hisrich, 1984).

- Kadın girişimciler işletmelerini en çok şahıs işletmesi olarak hayata geçirmişlerdir. Ve işletmelerinde yüksek oranda işletme sahibi ya da ortağı pozisyonunda yer almaktadırlar. Ayrıca işletmelerini daha çok trafiğe açık cadde olarak değerlendirilen muhitlerde kurmuşlardır.

- Çalışmaya katılan kadın girişimciler yüksek oranda işletmelerini 2010 yılında ve sonrasında kurmuşlardır. Bunun sebebinin kadın girişimciye verilen

desteklerin bilinirliğinin artmış olmasından ve girişimcilik konusunun son zamanlarda popüler bir hale gelmesinden kaynaklandığı değerlendirilmiştir.

- Kadın girişimcilerin kurdukları tüm işletmeler, mikro ve küçük işletme düzeyinde kalmaktadır. Yeni girişim safhasında bu sonuç oldukça doğal değerlendirilmekte olup yakın ve orta vadede büyük işletme sınıfına geçmeleri muhtemel olabilecektir.

- Mavi ve beyaz yaka çalıştırma bakımından kadın girişimcilerde durum mavi yakalı personel istihdamının daha çok olduğunu göstermektedir. Bunun ardında yatan sebebin işletmenin yönetici, genel müdür vb. iş dağılımlarını kendi bünyelerinde toplamalarından ötürü daha çok mavi yakalı personel ihtiyacı doğmasından ileri geldiği düşünülmektedir.

- Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri arasında sırasıyla ilk üç nedeni; kendi işinin sahibi olma isteği, projelerini hayata geçirme, bireysel yetenekleri girişime döndürme isteğidir. Bunları takip eden sonuç ise topluma fayda sağlama isteğidir. Topluma fayda sağlamanın en çok tercih edilen sebeplerden olması hepimizin içerisinde yaşadığı toplumsal hayat adına oldukça pozitif bir sonuçtur. Kadınların sağduyularının iş kurarken girişimlerine yansıdığını göstermektedir.

- Çoğunlukla kadın girişimciler ticaret odasına sivil toplum kuruluşu olarak kayıt yaptırmayı tercih etmişlerdir. Bunun da nedenini kurulabilecek iş birlikteliklerine ve ortaklıklarına verdikleri önem ile açıklamışlardır.

Bu çalışmada hedeflenen bir diğer unsur temel olarak kadınların başarılı işletmeler kurduklarını ve bunu yaparken de temellerini kadın girişimci liderlik özelliklerinin yardımı ile gerçekleştirdiklerini göstermektir. Ayrıca kadın girişimcilerin liderlik özelliklerine bakış açılarını belirlemek ve kendi iç dinamiklerini farkına varmaları da hedeflenmiştir. Kadın girişimci liderlik özelliği olarak bu çalışma neticesinde; işletme geliştirme faktörü ve alt bileşenleri, organizasyonel plan ve hedefler faktörü ve alt bileşenleri, durumsal analiz faktörü ve alt bileşenleri ön plana çıkmaktadır.

Kadın girişimciler için bu çalışmaya benzer ya da yakın nitelikte sayılabilecek liderlik özellikleri ile girişimcilik unsurunu birlikte analiz eden bir çalışma

bulunmamıştır. Bu sebeple çalışmanın özgün olarak geliştirildiği düşünülmektedir. Çalışmada kadın girişimci liderlik özelliği olarak hangi unsurların girişimcilik performanslarını pozitif yönde etkiledikleri bulunmak istenmiştir. Çalışmamız amacına uygun olarak sonuçlanmıştır.

Hipotezler ışığında yapılan analizlerden elde edilen sonuçlara gelindiğinde;

- Birinci hipotez ile 36 önermenin de kadın girişimci liderlik özelliği olarak girişimcilik performanslarını **pozitif yönde etkilediği** algısının kadın girişimcilerde olmasından ötürü çalışma amacına bu adımda ulaşmıştır.
- İkinci hipotez ile yapılan analizde yer alan 10 faktör grubunun da her bir faktör kapsamında, KOBİ'lerde yer alan kadın girişimcilerin liderlik özelliklerinin girişimcilik performanslarını **ileri düzeyde pozitif yönde** etkilediği ortaya konmuştur.
- Üçüncü ve son hipotez ile yapılan analizde faktörlerin arasındaki korelasyona bakılarak ilişkilerinin **pozitif yönde orta ve ortaya yakın düzeyde** seyrettiği sonucuna erişilmiştir. Pozitif ve en güçlü olan ilişkilerin ise; **işletme geliştirme** ile **organizasyonel plan ve hedefler** faktörü arasında, **işletme geliştirme** ve **durumsal analiz** faktörü arasında olduğu sonucuna erişilmiştir. Ayrıca pozitif ve en zayıf olan ilişki düzeyinin ise **inovatif yetenekler** ile **uzmanlaşma** faktörü arasında olduğu görülmüştür.

Yapılan bir diğer analiz sonucunda ise şu çıkarımları yapmak yerinde olacaktır. Değerlendirilen çapraz tabloların sonuçlarının ışığında;

- 31-40 yaşları arasındaki kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak yeterli deneyime sahip olmanın girişimcilik performansını artırdığını çoğunluğa sahip olarak düşünmektedirler. Yani bu yaş aralığında bulunan kadın girişimciler, deneyim sahibi olmayı girişimcilerin liderlik özelliği olarak önemli bulmuşlardır.
- Kadın girişimcilerden ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim düzeyine sahip olan katılımcılar, liderlik özelliği olarak kurumsallaşma ve markalaşma çalışmalarını gerçekleştirmenin girişimcilik performansını artırdığını düşünmektedirler. Yani

başka bir deyişle eğitim seviyesi, kurumsallaşma ve markalaşma çalışmalarının bireysel ve yönetsel açıdan pozitif yönde katkısını belirlemektedir.

- Kadın girişimcilerin medeni durumların göre esnek olma, yeniliğe ve gelişime açık olmaları arasındaki ilişkiye bakıldığında, evli olan kadın girişimcilerin tüm üç önermede de girişimci liderlik özelliklerine katkısının daha yüksek olduğunu değerlendirdikleri gözlenmiştir.

- Bir diğer sonuçta ise, istihdam edilen personelin mavi yakadan beyaz yakaya doğru kalifiye olma düzeyi kadın girişimcilerin liderlik özelliği olarak personeli etkileyebilme konusunda verdikleri katılım oranlı yanıtlar zayıflamaktadır. Yani, kadın girişimciler, mavi yakalı personeli etkileyebilmenin liderlik özelliği kapsamında girişimcilik performanslarını beyaz yakalı personele nazaran daha yüksek oranda etkilediğini değerlendirmişlerdir.

- Kadın girişimcilerin yaş grupları ile özgüven düzeylerinin analizi sonucuna göre; nispeten genç diyebileceğimiz yirmili ve otuzlu yaş gruplarında bulunan kadın girişimciler özgüven düzeyinin girişimcilik performanslarına katkı sağladığı görüşünü daha fazla benimsemektedirler. Ayrıca ellili yaş grubunda yer alan kadın girişimcilerin ise kendilerinin girişimcilik performanslarını özgüven düzeylerinin minimum seviyelerde etkilediğini düşündükleri sonucuna varılmaktadır.

Kadın girişimciliğini yoğun rekabet ortamında istenen düzeylere erişmesini sağlamanın yolu onların liderlik özelliklerinin ve yetkinliklerinin açığa çıkarılmasından geçmekte olduğu değerlendirilmektedir. Çalışmada gerçekleştirilen tüm analizlere dayanarak kadın girişimciliği ve liderliği üzerine sunulabilecek öneriler şunlar olacaktır:

- İlköğretim, ortaöğretim, yükseköğretimde girişimcilik yetenekleri üzerine atölye çalışmalarını da içeren dersler yer verilmelidir.
- Kadın girişimcilerin teknoloji, üretim gibi daha az tercih edilen sektörlerde işletme kurmaları durumunda teşviklerin belli puanlarda artırılması özendirici olabilecektir.
- Ülke genelinde toplu bir girişimcilik analizi, sektör, boyut analizleri yapılmalıdır ve kadın girişimcilerin payı da her ölçütte tespit edilmelidir.

- Bugüne değin girişimcilere verilen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi'nin Türkiye genelinde kadın girişimciler özelinde de sonuçlarının analiz edilmesi gerekmektedir. İşletmesini kuran girişimcilerin işletmelerinin ne kadarının faal olup olmadığı bilinmelidir.
- Girişimcilik desteklerinde uygulayıcı kuruluşların kapasiteleri ve kaynakları artırılmalıdır. Orta ve uzun vadede kadın girişimcilere sunulacak destekler genişletilmelidir. Kredi kullanımında bulunacak kadın girişimcilerin mali yükümlülükleri hafifletilmelidir avantajlar sağlanmalıdır.
- Kadın girişimcilere işletme yönetimi konusunda ticaret ve esnaf odalarında danışmanlık yapabilecek yetkin danışmanlar atanmalı ve aralarında dirsek teması sağlanmalıdır.
- Kadın girişimcilere yönetim, liderlik, pazarlama, finans, üretim süreçleri, kar planlama, muhasebe odaklı eğitimler verilmelidir ve ilk kuruldukları yıl bu eğitimler meslek kuruluşlarınca zorunlu kılınmalıdır. Bilgi birikimlerini artıracak eğitimler sürekli hale getirilmelidir.
- Kadın girişimcilerin birbirleriyle iletişime ve etkileşime geçebilecekleri yerel, ulusal, uluslar arası düzeylerde fuarlar, konferanslar, endüstriyel sergiler, seminerler düzenlenmelidir.
- Kadın girişimcilerin istihdam seçimlerinde belli bir sayıda kadın çalışana ulaştıklarında prim oranlarında avantajlar sağlanması özendirici ve kadın istihdamına katkı sağlayıcı olacaktır.
- Girişimciliği özendiren ve bilgi içeriği sağlam olan çeşitli güncel bültenler hazırlanmalı bunlar KOBİ'lere ve ilişkili Kurum ve Kuruluşlara ulaştırılmalıdır.

Girişimcilik olgusunun önemi ve kadın girişimcilerin girişimcilik sahasında hızla artan rolleri göz önüne alınarak yapılan çalışmaya göre kadın girişimciler liderlik özelliklerinin birçoğuna sahip bulunmaktadır. Önemli olan faaliyete geçirebilmek ve kadın girişimcilerin içsel liderlik dinamiklerini reel hayata yansıtılmalarının önündeki engelleri kaldırabilmektir.

KAYNAKÇA

- Abigem, Türkiye KOBİ Görünümü Raporu, 2010.
- Akat, İ., İşletme Yönetimi, İzmir:Üçel Yayıncılık Dağıtım, 1984.
- Akbank, “KOBİ’ler ve Finansal Hizmetler,” (Çevrimiçi):
www.finanskulup.org.tr/assets/sunum/Ziya_Akkurt_kobiler_finansal_hizmetler.pdf, [“aktaran:”] Erdoğan, Z., (2012), Girişimcilik ve KOBİ’ler, Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Akbank, 2005, KOBİ’ler ve Finansal Hizmetler, [“aktaran:”] Erdoğan, Z., 2012, Girişimcilik ve KOBİ’ler, Ankara: Ekin Yayıncılık.
- Akgemci, T., KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, KOSGEB, 2001.
- Aldrich, H., Networking Among Women Entrepreneurs, Praeger Company, 1989.
- American Society for Quality, Leadership Vision and Strategic Direction, The Quality Management Forum, Vol. 30:1, ss. 6-7.
- Arıkan, S., Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2002.
- Arıkan, S., Kadın Yöneticilerin Liderlik Davranışları Ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:5 Sayı:1, 2003, ss:1-20.
- Arıkan, S., Kadın Yöneticilerin Liderlik Davranışları ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1, s. 1-20, 2003.
- Avolio, B. J., Yammarion, F. J., Transformational and Charismatic Leadership: The Road Ahead, Emerald Group Publishing, 2013.
- Aykan, E., “Kayseri’de Faaliyet Gösteren Girişimcilerin Liderlik Özellikleri”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:17, Yıl:2004/2, ss:213-224.
- Bağrıaçık, A., Dışa açılım sürecinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, İstanbul: Dünya Yayınları, 1989.

- Başar, M., Tosunoğlu, B. T. ve Demirci, A. E., Girişimcilik ve Girişimcinin Yol Haritası: İş Planı, Eskişehir Ticaret Odası, 2001.
- Bedük, A., Eryeşil, K., Oğuz, H., Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt: 19, ss. 1-19, 2016.
- Birley, S., Moss, C., Saunders, P. Do Women Entrepreneurs Require Different Training?, American Journal of Small Business, 12, ss: 27-35, 1987.
- Bolat, T., Seymen, O. A., Bolat, O. İ., Erdem, B., Yönetim ve Organizasyon, Ankara: Detay Yayıncılık, 2008.
- Bolden, R., Gosling, J., Marturano, A., Dennison, P., A Review of Leadership Theory and Competency Frameworks, ss. 1-41, 2003.
- Boone, L. E., Kurtz, D. L., Contemporary Business, John Wiley & Sons Company, 2011.
- Bozkurt, Ö. Ç., Dünya’da ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, Ankara: Detay Yayıncılık, 2011.
- Brush, C. G., Research on Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Directions, 1992.
- Brush C., G., Bruin, A., Welter, F., A Gender-Aware Framework for Women's Entrepreneurship, International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol.1:1, ss. 8-24, 2009.
- Bujor, A. Ve Avasilcai, S., The Creative Entrepreneur: A Framework of Analysis, Procedia Social And Behavioral Sciences, Vol. 221, ss. 21-28, 2016.
- Bullough, A., Perceptions of Women Entrepreneurs in Male-Dominated Leadership Cultures: More Positive Support for Women Than Many Thought, Journal of Enterprising Culture, Vol. 21:3, ss.359-374., 2013.
- Bullough, A., Luque, M. S., Abdelzaher, D., Heim, W., Developing Women Leaders Through Entrepreneurship Education and Training, Academy Of Management Perspectives, Vol. 29:2, ss. 250-270, 2015.

- Buttner, E. H., Female Entrepreneurs: How Far They Come?, Business Horizons, Vol 36:2, ss. 59-65, 1993.
- Cansız, M., “Türkiye’nin Yenilikçi Girişimcileri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği”, Kalkınma Bakanlığı, 2013.
- Cappiello, G., Entrepreneurship, Local Growth and Global Markets, Symhonya, Emerging Issues in Management, N.3, ss. 8-18, 2015.
- Ceylan, A., Anbar, A., Modern İşletmecilik, Ekin Basın Yayın Dağıtım, 2014.
- Coleman, S., Access to Capital And Terms of Credit: A Comparison of Men- and Women- Owned Small Businesses, Journal of Small Business Management, 38:3, ss. 48-52, 2000.
- Cosgel, M. M. ve Langois, N. R., Frank Knight On Risk, Uncertainty, And the Firm: A New Interpretation, 1993.
- Çakıcı, A. Mersin’deki Kadın Girişimcilerin İş yaşamını Etkileyen Faktörler, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8:4, ss. 54-78, 2006.
- Çela, Gaspari, “Small and Medium Enterprises; Where Does Albania Stand?”, European Scientific Journal, Vol. 1, ss. 114-128, 2015.
- Çelebi, N., Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler, Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 1997.
- Çelik, A., Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik, Kırgızistan Kongresi, ss. 467-476, 2006.
- Çelik, C., Özdevecioğlu, M., Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma, Nevşehir: 1. Orta Anadolu Kongresi, ss. 487-498.
- Çelikoğlu, O., Eğitimde Girişimcilik ve İnovatif Öğretim Liderleri Yetiştirmek, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(20), ss. 247-259, 2015.
- Çetindamar, D., Türkiye’de Girişimcilik, Ankara:TÜSİAD Yayınları, 2002.

- Çetinkaya, M., Yöneticilerin Yönetimsel Yetkinlik Algılamalarına İlişkin Bir Araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 2, ss. 219-239, 2009.
- Çiftçi, E., Öneren, M., Liderlik Özellikleri Müzakere Tarzını Etkiler mi? Nicel Bir Araştırma, 21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi İ.İ.B.F, 2013.
- Dababneh, Tukan, Booklet of Standardized Small and Medium Enterprises Definition, USAID, 2007.
- Daft, R. L., Leadership: Theory and Practice, Dryden Press, ss. 122-151, 1999.
- Delmar, F., Holmquist, C., Women Entrepreneurship: Issues and Policies, OECD, 2004.
- Demir, N., Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın, Ankara: T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Anahtar Dergisi, Sayı:315, 2015.
- Demircioğlu, Z., Girişimcilik Kadınlar İçin Bir Sosyal Hareketlilik Aracı Olabilir mi? : Eskişehir’de Kendi İşini Kuran Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme, Sosyoloji Konferansları, Vol. 54, ss. 143-166, 2016.
- Dinçer, Ö., Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul: Beta Basın Yayım Dağıtım A.Ş., 1998.
- Dinçer, Ö. ve Fidan, Y., İşletme Yönetimine Giriş, İstanbul: Alfa Basım Yayın, 2012.
- Dorfman, P. W., Hanges, P. J., Brodbeck, F. C., Leadership and Cultural Variation: Identification or Culturally Endorsed Leadership Profiles, 2004.
- Döm, S., Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Ankara: Detay Yayınları, 2008.
- Drucker, P. F., The Discipline of Innovation, Harvard Business Review, Kasım-Aralık, 1998.
- Durak, İ., “Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması”, Yönetim Bilimleri Dergisi, 9:2, ss.193-213, 2011.

- Durukan, T., Müftüoğlu, M. T., Girişimcilik ve KOBİ'ler, Ankara: Gazi Kitabevi, Ankara, 2004.
- Ecevit, Y., Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğu, Yayın No: 74, ss. 15-34.
- Efil, İ., İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, Dora Yayınları, 2013.
- Erdoğan, Z., Girişimcilik ve KOBİ'ler, Ankara: Ekin Yayıncılık, 2012.
- Eren, E., İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul: Beta Basın Yayım Dağıtım A.ř., 2010.
- Eren, E., Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Yayın Dağıtım A.ř., 2002
- Eren, E., Yönetim ve Organizasyon Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar, İstanbul: Beta Basın Yayım Dağıtım A.ř., 2001.
- ETF, EU, OECD, SME Policy Index (Eastern Partner Countries) Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe, 2016.
- ETF, EU, OECD, SME Policy Index (Western Balkans and Turkey) Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe, 2016.
- EU, Entrepreneurship Analytical Report, 2003.
- Gartner, W. B., Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question, American Journal of Small Business, Bahar, ss:11-32.
- Genç, N., Yönetim ve Organizasyon Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar, Seçkin Yayıncılık, 2012.
- Gibson, B., Financial Information for Desicion Making: An Alternative Small Firm Perspective, The Journal of Small Business Finance, 1 (3), ss. 21-32, 1992.
- Gill, R., "Change Management or Change Leadership", Journal of Change Management, 3(4), 307-318.
- Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe, 2011.

- Goffee, R., Scase, R., Women in Charge The Experiences of Female Entrepreneurs, London: Unwin Hyman, 1985.
- Goleman, D., Leadership That Gets Results, Harvard Business Review, ss. 4-17, Mart-Nisanl 2000.
- Göküş, M., Özdemiray, S. M., Göksel, Z. S., Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı. 29, 2013.
- Greene, P. G., Hart M., Gatewood, E., Brush, C., Carter, N., Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory, 2003.
- Güney, S., Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1(1), ss. 25-43, 2006.
- Güney, S., Girişimcilik, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2008.
- Güney, S., Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2015.
- Gürol, M. A., Marşap, A., Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın, Bilig:Sayı: 42, ss. 95-109, 2007.
- Hatten, T. S., Small Business: Entrepreneurship and Beyond, Upper Saddle River, Prentice Hall, 1997.
- Herzberg, F., One More Time: How Do You Motivate Employees?, Harvard Business Review, ss. 20-30, 2003.
- Hisrich R., D., Can Psychological Approaches Be Used Effectively?, European Journal of Work &Organisational Psychology, Vol. 9, ss. 93-96, 2000.
- Hisrich, R. D., Brush, C., The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. Journal of Small Business Management, 22:1, ss. 30-37, 1984.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., Entrepreneurship, Irwin Mc Graw Hill, 1998.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., Entrepreneurship, Irwin Mc Graw Hill, 2002.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. ve Shepherd, D. A., Entrepreneurship, Mc Graw Hill, International Edition, 2008.

- Hobohm, S., "Small and Medium Sized Enterprises in Economic Development; UNIDO Experience", *Journal of Economic Cooperation*, 22(1), ss. 1-42, 2001.
- Holmes, S., Kent, P., *An Empirical Analysis of the Financial Structure of Small and Large Australian Manufacturing Enterprises*, *The Journal of Small Business Finance*, 1, ss. 141-154, 1991.
- İraz, R., *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*, Konya: Çizgi Kitabevi, 2005.
- Johnsen, G., McMahon, R., *Owner-Manager Gender, Financial Performance and Business Growth Amongst SMEs from Australia's Business, Longitudinal Survey*, *International Small Business Journal*, 23:2, ss. 115-142, 2005.
- Kalleberg, A., Leicht, K., *Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success*, *Academy of Management Journal*, 34:1, ss. 1-58.
- Kara, M., *Sosyal ve Kültürel Yapının Girişimcilik Üzerine Etkileri ve Türk Toplumundan Örnekler*, *Journal of Azerbaijani Studies*, 2009, ss:465-485.
- Karaman, A., *Konaklama İşletmelerinde Vizyon Yönetimi: Türk Turizm Sektöründe Bir Uygulama*, *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, ss. 19-34, 2006.
- Karcıoğlu, F., Kaygın, E., *Girişimcilik Sürecinde Dönüştürücü Liderlik Anlayışı: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama*, *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt:27, Sayı:3, ss. 1-20, 2013.
- Katzenbach, J. R., Smith, D. K., *The Discipline of Teams*, *Harvard Business Review*, ss. 50-59, 2005.
- Kaya, A., *Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi*, İstanbul: Eğitim Kitabevi Yayınları, 2009.

- Kirzner, M. I., The Alert and Creative Entrepreneur: A Clarification, IFN Working Paper Sayı. 760, 2008.
- Koçel, T., İşletme Yöneticiliği, Beta Yayınları, 2011.
- KOSGEB, Girişimcilik Destek Programı Uygulama Esasları, (revizyon, 26/10/2016), <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekdetay/1231/girisimcilik-destek-programi>, erişim tarihi, 21/11/2017.
- KOSGEB, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı 2011-2013, Ankara: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2011.
- Kumkale, İ., Kadın Girişimciliğinin Stratejik Liderlik Yetkinlikleri Açısından İncelenmesi ve Bir Araştırma, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2015.
- Kuratko, D., Entrepreneurship: Theory, Process and Practice, 2013.
- Kuratko, D. F., HODGETTS, R. M., Entrepreneurship, Harcourt College Publishers, 1995.
- Küçük, O., Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005.
- Lidaw, D., Creating a Personal Leadership Strategy, John Wiley & Sons Inc., 37-42, 2015.
- Littunen, H., Entrepreneurship and The Characteristics of the Entrepreneurial Personality. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 6 (6), 2000.
- Madanchian, M., Taherdoost, H., Role of Leadership in Small and Medium Enterprises, International Journal of Economics and Management Systems, Vol. 2, ss. 240-243, 2017.
- Manzoni, J. F., Barsaux, J. L., The Set Up to Fail Syndrome, Harvard Business Review, ss. 34-47, 1998.
- Marangoz, M., Girişimcilik, Ankara: Pozitif Matbaacılık, 2008.
- Marques, J., Dhiman, S., Leadership and Self Confidence, 2017.
- Masters, R., Meier R., Sex Differences and Risk-Taking Propensity of Entrepreneurs, Journal of Small Business Management, 26:1, ss. 31-35, 1988.

- McClelland, D. C., *The Achieving Society*, Princeton, 1961.
- Minniti, M., Arenius, P., *Women in Entrepreneurship, The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium*, United Nations Headquarters, 2003.
- Moore, D. P., *An Examination of Present Research on The Female Entrepreneur—Suggested Research Strategies For The 1990's.*, *Journal of Business Ethics*, 9, ss. 275-81, 1990.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., Schindehutte, M., *Towards İntegration: Understanding Entrepreneurship Through Frameworks*, *Entrepreneurship and Innovation*, 2001.
- Morrison, A., Rimmington, M., Williams, C., *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries*, Oxford, UK: Elsevier Butterworth Heinemann, 2005.
- Mueller, S., Thomas, A. S., *Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness*, Florida International University, *Journal Of Business Venturing*, Sayı: 16, Cilt: 1, 2001, ss:51-75.
- Müftüoğlu, T., *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ’ler*, Ankara: Turhan Kitabevi, 2013.
- Müftüoğlu, T., Durukan, T., *Girişimcilik ve KOBİ’ler*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Norwegian Research Council Report,. 2004, 1-96.
- Hatten, 1997, [Aktaran], Narin, M., Marşap A., Gürol M.A., *Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma*, *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8/1, ss. 65-78, 2006.
- OECD, *OECD SME and Entrepreneurship Outlook*, 2005, Paris.
- Okumuş, A., *Araştırma Yöntemleri*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, 2010.

- Örücü, E., Kılıç, R., Kılıç, T., Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14/2, ss. 117-135.
- Özdemir, A., Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamalar, Beta Yayıncılık, 2010.
- Özdemir, S., Ersöz, H. Y., Sarıoğlu, İ., İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, 2006.
- Özkul, G., Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde İmalat Sanayi KOBİ'lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta, 2008.
- Özsoy, E., Liderlik Davranışları İle Cinsiyet İlişkisi: Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşlarında Bir Araştırma, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 2010.
- Palaz, S., Turgut, B., Kadın Girişimcilerin Kişisel ve İş Yaşamına İlişkin Özellikleri, Motivasyonları ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma Örneği, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 4(1), ss. 99-115, 2009.
- Peter, R., Carter, S., Hamilton, D., Gender as a Determinant of Small Business Performance: Insights from a British Study, Small Business Economics, 8:6, ss. 463-478, 1996.
- Pinchot, G., Intrapreneuring: Why You Dont't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur, 1985.
- Pinchot, Gifford III, Intrapreneuring, New York: Harper and Row, 1985.
- Rivchun, D., S., Women Owned Businesses, New York, Praeger Company, ss. 103-132, 1989.
- Robbins, S. P., Coulter, M., Management, Pearson Education Limited, 2014.
- Robbins, S. P., Judge, T. A., Organizational Behaviour, Pearson Educational Limited, 2013.

- Ruderman, M. N., Ohlott, P. J., Panzer, K., King, S. N., Benefits for Multiple Roles For Managerial Women, *Academy of Management Journal*, 45:2, ss. 369-386, 2002.
- Sabuncuoğlu, E., *Liderlik Değişim ve Yenilik*, Ankara, Nobel Yayınları, 2008.
- Saray, G., *Türkiye’de Kadın Girişimciliği*, Ankara: Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, 1993.
- Sayın, E., Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt:3, No:1, ss. 296-311, 2011.
- Scarborough, N. M., *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, Pearson Education Limited, 2014.
- Shane, S., Kolvereid, L., Westhead, P., An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender, *Journal of Business Venturing*, 6(6) 431, 1991.
- Scheinberg, S., Macmillan, I., An Eleven Country Study of the Motivations to Start a Business, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1988.
- Schumpeter, J. A., “Creative Destruction» From Capitalism, Socialism and Democracy, New York: Harper, 1975, ss: 82-85.
- Seatre, A. S.,. *Intrapreneurship: An Exploratory Study of Select Norwegian Industries*,
- Serinkan, C., Cabar, H., “KOBİ’lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Denizli’deki Tekstil İşletmelerinde Bir Araştırma”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 1-27, 2008.
- Serinkan, C., *Liderlik ve Motivasyon*, Nobel Yayın Dağıtım, 2008.
- Slims, H., Samer, F., Seokhwa, Y., When Should a Leader be Directive or Empowering? How to Develop Your Own Situational Theory of Leadership, *Business Horizons*, Vol. 52, 2009.
- Soysal, A., *Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme*, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65-1, 2010).

- Şahin, E., Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2006.
- Şimşek, M., Ekonominin Lokomotifi KOBİ'lerin Olmazsa Olmazları, İstanbul: Alfa Yayınları, 2002.
- Şimşek, Ş., Akgemci, T., Çelik, A., Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, Konya: Adım Matbaacılık Ofset, 2003.
- Şimşek, Ş., Çelik, A., Meslek ve Yüksek Okulları için Genel İşletme, Eğitim Kitabevi, 2013.
- T.C. Resmi Gazete, 25997, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik.
- T.C. Resmi Gazete, 28457, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik.
- Tan, F. Z. S., Tarihi Akış İçinde Kastamonu Kadın Girişimciliği, Erzurum: 14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, 2006.
- Tekin, M., Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Konya: Günay Ofset, 2012.
- Tikici, M., Girişimcilik ve Küçük İşletmeler, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2012.
- Tikici, M. ve Aksoy, A. Girişimcilik ve Küçük İşletmeler, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2009.
- Tinaz, M. T., Girişimcilik, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 1994.
- TUİK, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21864>, Erişim tarihi: 20/03/2017.
- TUİK, 2013 NACE REV.2Altılı Ekonomik Faaliyet Sınıflaması, Ankara: TUİK Matbaası.
- TUİK, 19/11/2015 – 21864 sayılı haber bülteni
- Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018, 2015.

- Ufuk, H., Özgen, Ö., The Profile of Women Entrepreneurs A Sample From Turkey, International Journal of Consumer Studies, Cilt: 25, Sayı: 4, ss. 299-308, 2001.
- Yetim, N., Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği, Ege Academic Review, Sayı. 2, Cilt. 2, ss.79-92, 2002.
- Zaleznik, A., Liderlik, Harvard Business Review on Leadership, MESS Yayınları, 1999.
- Zapalska, A., Fogel, G., Characteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurship , The Journal of Private Enterprise , Vol 8:2 , ss. 132-144, 1998.
- Zhao, F., Exploring The Synergy Between Entrepreneurship and Innovation International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. 11. 25-41., 2005.



EKLER

Ek- A. Anket Formu

Bu anket çalışması İzmir’de yer alan ve kendi işini kuran kadın girişimcilerin liderlik özelliklerinin incelenmesini hedeflemektedir. Lütfen anketi sonuna kadar doldurunuz. Bilgileriniz gizli tutulacaktır.

1. **Medeni Durumunuz:** ()Evli ()Bekar
2. **Eğitim Durumunuz:** ()İlk-Orta ()Lise ()Meslek Lisesi ()Ön Lisans/Lisans ()Lisansüstü
3. **Sektörünüz: (Vergi levhası NACE Kodunuz)**
4. **İşletme Statüsü:** ()Anonim ()Limited ()Kollektif ()Komandit ()Şahıs İşletmesi () Diğer
5. **Alanınız:** () Yönetici () İşletme Sahibi/Ortağı () Diğer
6. **İşletme Kuruluş Yılı:**
7. **İşletmenin Bulunduğu Yer** () Avm/İş Merkezi () Ofis () Cadde () O.S.B.
8. **İşletme Çalışan Sayısı:**
Mavi Yaka Çalışan Sayısı
- Beyaz Yaka Çalışan Sayısı.....
9. **Deneyim (yıl):**
10. **Sizi en çok etkileyen girişimci olma nedenleriniz: (5 adet seçiniz)**
() Kendi işinin sahibi olma
() Refah seviyemi artırma
() Saygınlık ve itibar görme
() Eğitimim nedeniyle
() Kadın girişimciye yönelik destek olması
() Projelerimi hayata geçirmek
() Ailevi nedenler
() Bireysel yetenekleri girişime dönüştürme
() Topluma fayda sağlama
11. **Sivil toplum kuruluşu olarak tercihiniz:**
() Ticaret Odası () Esnaf ve Sanatkarlar Odaları
12. **Sivil toplum kuruluşu tercih etme/etmeme nedeniniz:**
() Kurulabilecek iş birlikteliklerine/ortaklıklara önem vermek
() Eğitim ve panellere iştirak etme
() Ulusal ve uluslararası iş gezileri ve fuarlara katılım gösterme

13. ve 48. Sorular arasını aşağıdaki önermeye göre değerlendirerek katılım derecenizi 1'den 5'e kadar işaretleyiniz.

“KOBİ’lerde kadın girişimci liderlik özelliği olarak girişimcilik performansını pozitif yönde etkilemektedir.”

	Önerme	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Orta düzeyde katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
13	Misyon (öзgörev sahibi) olma	5	4	3	2	1
14	Vizyon (geleceği görebilme) sahibi olma	5	4	3	2	1
15	Planlı olma	5	4	3	2	1
16	Fizibilite/ iş planı yapmak	5	4	3	2	1
17	Amaç ve hedefler belirleme	5	4	3	2	1
18	Güçlü yönleri belirleyebilme	5	4	3	2	1
19	Zayıf yönleri belirleyebilme	5	4	3	2	1
20	Sektördeki fırsatları görebilme	5	4	3	2	1
21	Gelişme yönelimli hayallere sahip olma	5	4	3	2	1
22	Fırsatları görebilme	5	4	3	2	1
23	Risk alabilme	5	4	3	2	1
24	Kriz yönetimi yapabilme	5	4	3	2	1
25	Öz sermaye gücü oluşu	5	4	3	2	1
26	Ödüllendirme	5	4	3	2	1
27	Çalışanı etkileyebilme	5	4	3	2	1
28	Çalışanı motive edebilme	5	4	3	2	1
29	Çalışanlarla pozitif iletişim kurabilme	5	4	3	2	1
30	Takım çalışmalarına önem verme	5	4	3	2	1
31	Katılımcı olma	5	4	3	2	1
32	Empati kurabilme	5	4	3	2	1
33	İkna edebilme	5	4	3	2	1
34	Özgüven sahibi olma	5	4	3	2	1
35	Güvenilir olma	5	4	3	2	1
36	Yeterli deneyime sahip olma	5	4	3	2	1
37	Yeterli bilgiye sahip olma	5	4	3	2	1
38	Sahip olunan belge/sertifikalar	5	4	3	2	1
39	Gelişime açık olma	5	4	3	2	1
40	Yeniliğe açık olma	5	4	3	2	1
41	Yaratıcı olabilme	5	4	3	2	1
42	Çalışanların amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olma	5	4	3	2	1
43	Müşterilerle olumlu ilişki kurabilme	5	4	3	2	1
44	Esnek olabilme	5	4	3	2	1
45	Sürekli mesleki eğitim alma	5	4	3	2	1
46	İş gezilerine ve fuarlara katılma	5	4	3	2	1
47	Kurumsallaşma çalışmaları	5	4	3	2	1
48	Markalaşma çalışmaları	5	4	3	2	1
	Diğer katkılarınız					

Ek- B. Özgeçmiş

Ayşe Merve CİNGÖZ, 28.04.1988 yılında İzmir’de doğdu. 2005 yılında lise öğrenimini tamamladıktan sonra Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi İngilizce İktisat Bölümü’nden 2010 yılında mezun oldu. CİNGÖZ, iyi derecede İngilizce bilmektedir. Temel ilgi alanları; girişimcilik, yönetim ve organizasyon, makro iktisat ve ticaret hukukudur. 2015 yılından beri evlidir. 2017 Kasım ayı’nda kızı Duru dünyaya gelmiştir.

Elektronik Posta: aysemervengz@gmail.com

Cep Telefonu: 0546 804 53 45