

T.C.  
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI

**KADINLARI GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN  
FAKTÖRLER: GAZIANTEP İLİ'NDE BİR UYGULAMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İŞİL ÖNAY

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ

GAZIANTEP  
TEMMUZ 2012

**Kadınları Girişime Olmaya Yönelten Faktörler:  
Gaziantep İli'nde Bir Uygulama**

İşıl ÖNAY

Tez Savunma Tarihi: 16.07.2012

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

  
Yrd. Doç.-Dr. Ahmet AĞIR  
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığımı onaylarım.

  
Prof. Dr. Cengiz TORAMAN  
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımda okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

  
Yrd. Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ  
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri:

İmzası

Yrd. Doç. Dr. Mehmet AYTEKİN

Yrd. Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ

Yrd. Doç. Dr. Cemalettin DEMİRELİ



## ÖZET

### **KADINLARI GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN FAKTÖRLER: GAZİANTEP İLİNDE BİR UYGULAMA**

ÖNAY, Işıl

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı  
Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Mehmet TEKINKUŞ  
Temmuz 2012, 134 sayfa

Girişimcilik, Türkiye’de ve birçok ülkede ekonomik ve sosyal açıdan gelişmişliğin en önemli göstergelerinden biri haline gelmiştir. Tarihsel süreç içerisinde erkeklerin yanında kadınların da emeğini kullanarak ekonominin ve toplumların gelişmesine katkı sağladıkları özellikle 1980’li yıllardan itibaren girişimci olarak ekonomiye katılmaya başladıkları görülmektedir. Kadın girişimcilerin bir çalışma konusu olarak ortaya çıkması ile birlikte kadınları girişimci olmaya yönelten faktörler konusu da gündeme gelmiştir. Yapılan araştırmalar kadınların eğitim seviyesinin yükselmesi sonucu, ekonomik özgürlüklerinin ve bilinçlerinin yükselmesiyle girişimciliğe katılım oranlarının da arttığını göstermektedir. Bütün bu sebeplerden dolayı kadınların, sosyal ve ekonomik yönden güçlenmek ve yükselmek için girişimsel faaliyetlerinde yer almaya başladıkları ve eğitimleri arttıkça, bilgi ve yeteneklerini gösterme ihtiyacı, bağımsız olma isteği, güç elde etme gibi nedenlerle kendi işlerini kurmaya yöneldikleri görülmektedir.

Bu çalışmada; girişimcilik ve kadın girişimciliği konusunda literatür taraması yapıldıktan sonra, Gaziantep ilinde faaliyet gösteren 12 kadın girişimcinin girişimciliğe yönelmesinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla nitel bir araştırma yapılmıştır. Yapılan vak’a analizi sonucunda kadınları girişimci olmaya yönelten faktörlerin boşanma, finansal zorluklar, kocanın ölmesi, bağımsızlık, meşgul olma arzusu, ilgi alanı, hırs, fırsatları değerlendirme, konforlu bir yaşam, statü ve prestij kazanma arzusu, kendini gerçekleştirme, para kazanma, yatırım ve istihdam yaratma arzusu, iş tatminine ulaşma, eğitim ve ailesel etkiler olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci, Girişimcilik, Kadın Girişimcilik, İtici Faktörler, Çekici faktörler.

**ABSTRACT****THE FACTORS ENCOURAGING WOMEN TO BE ENTERPRENEURS:  
AN APPLICATION IN GAZİANTEP**

ÖNAY, Işıl

M.A. Thesis, Department of Business Administration

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Mehmet TEKİNKUS

July 2012, 134 pages

Enterpreneurship has become one of the most important indicators of development from economic and social perspectives in both Turkey and other countries. In the history, not only men but also women have been viewed as entrepreneurs due to the contribution of their labours to development of economy and society particularly since 1980s. Owing to the fact that female entrepreneurs have become research topic, factors influencing womens' entrepreneurship has become a current issue. Research has shown that participation rates of entrepreneurship have risen up as a result of an increase in womens' education level and their needs for economical independency and their awaresness to economy. Consequently, it has been appeared that women have inclined to take place in the entrepreneurial actions and run their own businesses as a reason of seizing power, need for independency, demand to show their knowledge and competencies in order to become strong and promote while they has gained more education.

In this study, after making research in the literature in the field of women entrepreneurship, it has been conducted qualittative research in order to investigate the factors affecting tendency towards enterpreneurship of 12 women entrepreneurs in the city of Gaziantep. As a result of the case study, the factors encouraging women to be enterpreneurs has been determined as divorce, financial difficulties, husband's death, independency, need for being engaged, interests, ambition, assesment of opportunities, a luxurious life, need for obtaining status and prestiges, self-actualization, money, need for creating employment and investment, reaching job saticfaction, education and family oriented effects.

**Keywords:** Entrepreneur, Entrepreneurship, Woman Entrepreneurship, Push Factors, Pull Factors.

## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
<b>ÖZET</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	iii
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	vi
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	vii
<b>1.GİRİŞ</b> .....	1
1.1. GİRİŞ .....	1
<b>2.LİTERATÜR</b> .....	4
2.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ .....	4
2.1.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimcilikle İlgili Diğer Kavramlar .....	5
2.1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’de Girişimcilik .....	10
2.1.3. Girişimciliğin Önemi .....	12
2.1.4. Girişimcilik Yaklaşımları .....	14
2.1.4.1. Bireysel yaklaşım .....	14
2.1.4.2. Çevresel yaklaşım .....	15
2.1.4.3. Firma yaklaşımı .....	16
2.1.5. Girişimcinin Temel Fonksiyonları .....	17
2.1.6. Girişimcilik Türleri .....	18
2.1.7. Girişimcilerin Kişilik Özellikleri .....	20
2.1.8. Girişimcilik Kişiliğinin Oluşumuna Etki Eden Demografik Faktörler .....	35
2.1.8.1. Ailenin etkisi .....	36
2.1.8.2. Eğitimin etkisi .....	36
2.1.8.3. Çevrenin etkisi .....	37
2.1.8.4. Diğer faktörler .....	38
2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ .....	39
2.2.1. Kadın Girişimcilik Kavramı .....	40
2.2.2. Kadın Girişimci Tipleri .....	42
2.2.3. Kadın Girişimcilerin Çalışma Yaşamında Karşılaştıkları Zorluklar .....	43
2.2.3.1. Sermaye teminindeki sorunlar .....	46
2.2.3.2. Ticari ve yönetsel tecrübe eksikliği .....	47
2.2.3.3. Toplumun iş kadınına bakışı .....	49
2.2.3.4. Pazara ulaşılabilirlik .....	50
2.2.3.5. Bürokratik engeller .....	50

2.2.4. Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği .....	51
2.2.5. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Faktörler .....	55
2.2.5.1. İtici faktörler .....	57
2.2.5.1.1. Boşanma .....	58
2.2.5.1.2. Finansal zorluklar .....	58
2.2.5.1.3. Kocanın ölmesi .....	58
2.2.5.1.4. Can sıkıntısı .....	59
2.2.5.2. Çekici faktörler .....	59
2.2.5.2.1. Bağımsızlık .....	60
2.2.5.2.2. İlgili alanı .....	60
2.2.5.2.3. Hırs .....	60
2.2.5.2.4. Fırsatları değerlendirme .....	61
2.2.5.2.5. Konforlu bir yaşam .....	61
2.2.5.2.6. Statü ve prestij kazanma arzusu .....	61
2.2.5.2.7. Kendini gerçekleştirme .....	61
2.2.5.2.8. Para kazanma .....	61
2.2.5.2.9. Yatırım ve istihdam yaratma arzusu .....	62
2.2.5.2.10. İş tatminine ulaşma .....	62
2.2.5.2.11. Eğitim ve ailesel etkiler .....	62
2.2.6. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Faktörler İle İlgili Yapılan Çalışmalar .....	62
2.2.7. Türkiye’de Kadın Girişimciliği Alanında Faaliyet Gösteren Kurum ve Kuruluşlar .....	84
2.2.7.1. Kamu kuruluşları .....	85
2.2.7.2. Sivil toplum kuruluşları .....	87
<b>3.MATERYAL VE YÖNTEM .....</b>	<b>91</b>
3.1. ARAŞTIRMANIN SORUSU .....	91
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI .....	91
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ .....	91
3.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI .....	92
3.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....	92
3.5.1. Araştırmanın Evreni .....	93
3.5.2. Görüşme Sorularının Hazırlanması .....	93
3.5.3. Veri Toplama Yöntemi .....	93
3.5.4. Görüşmenin Yapılması (Veri Toplama) .....	94
3.5.5. Verilerin Değerlendirilmesinde Kullanılan Yöntemler .....	95
3.5.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği .....	96
3.5.6.1. Geçerlik .....	96
3.5.6.2. Güvenirlik .....	96
<b>4.BULGULAR VE TARTIŞMA .....</b>	<b>98</b>
4.1. ARAŞTIRMA BULGULARI .....	98
4.1.1. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Genel Özellikleri .....	98
4.1.1.1. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektör ve faaliyet süreleri .....	98
4.1.1.2. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaşları .....	99
4.1.1.3. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eğitim durumu .....	99
4.1.1.4. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin medeni durumu .....	100
4.1.2. Verilerin Kodlara ve Temalara Göre Düzenlenmesi ve Tanımlanması .....	100

4.1.3. Araştırmanın Amaçlarına Yönelik Yapılan Analiz Sonuçları.....	103
4.1.4. Araştırmanın Amaçlarına Yönelik Yapılan Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi .....	107
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	112
<b>KAYNAKLAR</b> .....	117
<b>EKLER</b> .....	132
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	134

**TABLULAR LİSTESİ**

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 4.1. Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdikleri Sektör ve Faaliyet Süreleri.....	98
Tablo 4. 2. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Yaşları .....	99
Tablo 4. 3. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumu.....	99
Tablo 4. 4. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Medeni Durumu ...	100
Tablo 4. 5. Kadın Girişimcileri Girişimciliğe Yönelten Faktörler İle İlgili Kod Tanım Tablosu.....	101
Tablo 4. 6. Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler İçin Yapılan Araştırma Sonucu Toplanan Bilgilerin Analizleri.....	104
Tablo 4. 7. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten İtici Faktörler .....	107
Tablo 4. 8. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Çekici Faktörler .....	108



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>DEĞİAD</b>	: Denizli Genç İşadamları Derneği
<b>ESİAD</b>	: Ege Sanayici ve İşadamları Derneği
<b>GEM</b>	: Global Entrepreneurship Monitor - Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme
<b>GESİAD</b>	: Gebze Sanayici ve İşadamları Derneği
<b>GİDEM</b>	: Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi
<b>GSMH</b>	: Gayri Safi Milli Hasıla
<b>İŞKUR</b>	: Türkiye İş Kurumu
<b>KADAV</b>	: Kadınlarla Dayanışma Vakfı
<b>KA-DER</b>	: Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği
<b>KAGİD</b>	: Karadeniz Genç İşadamları Derneği
<b>KAMER</b>	: Kadın Merkezi
<b>KEDV</b>	: Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
<b>KHK</b>	: Kanun Hükmünde Kararname
<b>KOBİ</b>	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
<b>KOSGEB</b>	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
<b>KSGM</b>	: Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü
<b>MÜSİAD</b>	: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği
<b>OECD</b>	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı
<b>PSED</b>	: Panel Study of Entrepreneurial Dynamic - Girişimsel Dinamiklerin Panel Çalışması
<b>ss.</b>	: Sayfalar
<b>TESK</b>	: Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
<b>TOBB</b>	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
<b>TÜSİAD</b>	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
<b>UWSRL</b>	: Wisconsin Üniversitesi Anket Araştırma Laboratuvarı
<b>vb.</b>	: ve benzerleri
<b>vd.</b>	: ve diğerleri
<b>yy.</b>	: Yüzyıl

## BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞ

### 1.1. GİRİŞ

Girişimcilik, günümüz ekonomisi için önemli bir faktör haline gelmiştir ve günümüzün rekabetçi ve dinamik doğasını yönetebilmek için bugünün ekonomisinde yeri oldukça önemlidir. Girişimcilik, aynı zamanda yeni iş kurmada büyük bir kuvvet olmakla birlikte ekonomik gelişimin hayati bir belirtisidir. Günümüz dünyasında, küçük işletmeler ve henüz yeni oluşan işletmeler girişimcilik için bir araç olmaktan çok, işsizliğe, sosyal ve politik duruma katkıda bulunmakla birlikte yenilikçi ve rekabetçi bir güç oluşturmaktadır.

Sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıkan sosyal değişimler ve teknolojik gelişmeler, daha çok kadının iş hayatına atılmasını sağlamıştır. Bu durum kadınlara, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik alanında bir avantaj sağlamıştır. Bir pazar ekonomisinde kadın girişimci olmak; kar etmek için mal veya hizmet satarken risk almayı kabul etmek anlamına gelmektedir. Risk alan ve işletmesi için muazzam zaman ve çaba sarf eden kadın girişimci sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Türkiye’de kadınların iş hayatında rol alması, buna ek olarak kendilerini mevcut iş fırsatlarının içine dahil edebilmeleri uzun zaman almıştır. Kadınların kendi işlerini kurmalarının çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Bu sebepler arasında, ekonomik ve sosyal bağımlılıktan kaçmak, ekonomik gereklilikler, kendi işini kurarak başkaları için çalışmamak yer almaktadır.

Kadınların çalışma yaşamına girişlerinin özel nedenlerine bakıldığında ise, daha çok ekonomik ve psikolojik nitelikte olduğu görülmektedir. Bu ekonomik ve psikolojik nedenler, aile bütçesine ikinci bir gelir sağlama gerekliliği, ekonomik bağımsızlık kazanma arzusu, iş gücü piyasasındaki değişimler, ülke kalkınmasına katkıda bulunma arzusu, kültür düzeyinin artması ve daha iyi şartlarda yaşamayı isteme, aldığı eğitim, bilgi, beceri ve uzmanlıkları değerlendirme vb. isteklerdir.

(Arpacı ve Ersoy, 2007: 42). Kadınların iş hayatına katılmaları, kaynaklar üzerindeki kontrol boyutlarını, özgürlüklerini ve ekonomik statülerini değiştirir.

Kadınları girişimci olmaya yönelten itici ve çekici faktörlerden kaynaklanan motivasyonlar potansiyel kadın girişimcilerin ümitlerini arttırmaktadır. Bu motivasyonlar kadınların girişimcilik kararı vermelerinde önemli olmaktadır. İtici ve çekici faktörler kişinin kişisel girişimcilik davranışını tanımlamakta, kişinin umutlarını arttırmakta ve girişimci olma ihtiyacı yaratmaktadır. Bu nedenle bu çalışma, kadın girişimcilerin iş kurma kararı vermelerine teşvik eden faktörleri tanımlama ihtiyacı ortaya çıkması yönünden dikkatleri çekmektedir.

Araştırmanın öneminden hareketle, araştırmada teorik olarak verilen bilgiler çerçevesinde kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörleri belirlemek ve elde edilen bulgular ile girişimci olmak isteyen kadınlar için rehber olacak bir uygulama örneği sunmak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Nitel araştırma yapmadaki amaç, araştırılan konuyu en ince ayrıntısına kadar somut olarak kavrayabilmek ve böylece yapılacak keşif, açıklama ve tanımlamalar ile çalışmanın amacına ulaşmaktır.

Araştırma Gaziantep İli'nde 2011 yılının Haziran ayında yapılmıştır. Araştırma evreninin tamamına ulaşma imkânı bulunmadığından, araştırma uygulamasının yapılması için amaçlı örnekleme yöntemlerinden 'kartopu veya zincirleme örnekleme' kullanılmıştır. Araştırmada, kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olan 12 kadın girişimci ile görüşme yapılmıştır. Örneklemin değerlendirilmesi aşamasında, Gaziantep İli'nde faaliyet gösteren kadın girişimciler ile irtibata geçilerek randevu alınıp görüşülmüştür. Örnekleme yer alan kadın girişimciler ile yapılan görüşmelerin başında, bilgilerin kesinlikle gizli tutulacağı açıklanmıştır. Görüşmeler sırasında katılımcıların verdikleri cevaplar ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Görüşmeler sonucunda elde edilen bilgiler, kadın girişimcilerin kendi görüşlerini yansıtmakta ve elde edilen bu bilgilerin doğru olduğu varsayılmaktadır.

"Kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörler üzerine bir uygulama" başlıklı bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümü giriş kısmıyla başlamakla beraber, ikinci bölümde girişimcilik kavramı, girişimcilerin tarihsel gelişimi, önemi, girişimcilik yaklaşımları, girişimcinin temel fonksiyonları, girişimcilik türleri, girişimcilerin bazı kişilik özellikleri, girişimci kişiliğin

oluşumuna etki eden demografik faktörler ele alınmış ve daha sonra kadın girişimcilik kavramı, kadın girişimci tipleri, kadın girişimcilerin çalışma yaşamında karşılaştıkları zorluklar, konu ile ilgili daha önce yapılan çalışmaların özetine ve son olarak da Türkiye’de kadın girişimciliği alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlara yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde materyal ve yöntem başlığı altında araştırmanın sorusu, önemi, amacı, kapsamı ve araştırma da kullanılan yöntemler hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde ise bulgular ortaya konulduktan sonra sonuç ve öneriler sunulurak çalışma tamamlanmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM LİTERATÜR

### 2.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

Girişimcilik, günümüzde gelişmiş ülkelerde yeniden önem kazanan, gelişmekte olan ülkelerde ise gelişmenin kaynağı olarak ele alınan bir kavramdır. Gelişmiş ülkelerdeki kişiler, büyük şirketlerde çalışmaya alternatif olarak kendi işlerini kurmayı öngörürken; gelişmekte olan ülkelerdeki kişiler, hükümetler tarafından yönlendirilerek veya kendi istekleriyle, hayallerini gerçekleştirmek, hayat standartlarını yükseltmek, ek servet edinmek veya kendi işlerine sahip olmak, işsizliği önlemek gibi düşüncelerle girişimciliğe yönelebilmektedirler (Karabulut, 2009: 11). Girişimsel faaliyetlerin giderek artması, durgun ekonomileri harekete geçirirken, yeni iş alanlarının oluşturulmasına ve istihdam sorunlarının çözümüne katkı sağlamaktadır (İlhan ve Aytaç, 2007:101).

Girişimcilik bireysel ve toplumsal anlamda bir refah yarattığı için pek çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur (Güney, 2008: 55). Girişimcilik sadece bu yüzyıla ait bir kavram olmayıp, 250 yıl boyunca akademik literatürde önemli bir rol oynamıştır. Girişimcilik üzerine literatür taraması yapıldığında, bu kavram üzerine farklı açılardan yorumlar yapıldığı ve girişimcilik kavramının değişik şekillerde tanımlanmış olduğu görülmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak girişimcilik kavramının tanımı yapılmakta, girişimciliğin tarihsel gelişimine ve bu kavramın önemine değinilmektedir. Daha sonra girişimcilik yaklaşımları, girişimcilerin temel fonksiyonları, girişimcilik türleri, girişimcilerin kişilik özellikleri ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Son olarak girişimcilik kişiliğinin oluşumuna etki eden demografik faktörlerden bahsedilmektedir.

### 2.1.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimcilikle İlgili Diğer Kavramlar

Girişimcilik; çağımızın, ekonomik açıdan ve sosyal açıdan en önemli güçlerinden biridir. Bu derece önemli bir güç haline gelmiş olması girişimci faaliyetlere yönelik ilginin artmasından kaynaklanmaktadır. Girişimci faaliyetlere ilginin artması ise, iş alanlarındaki ve teknolojidaki gelişme dalgalarının sürekli olarak, dünyayı dönüşüm üzerine şekillendirmesinin bir göstergesidir. Dünyadaki bu dönüşümün doğru bir şekilde algılanabilmesi; girişimciliğin ve girişimcilik ile ilgili dinamiklerin tam olarak anlaşılmasına bağlıdır (Tikici ve Aksoy, 2009: 5).

Girişimci kavramı literatüre, kapitalist üretim sürecine geçilmesiyle girmiş ve zamanla bugünkü anlamını bulmuştur. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte de hem ulusal hem de uluslar arası alanda, gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler düzeyinde daha önemli bir hale gelmiştir. Bugün itibarıyla girişimcilik, ekonomik ve toplumsal boyutta pek çok sektör için önem arz etmektedir (Demirel ve Tikici, 2010: 223).

Girişimciliği net bir tanımın sınırları içine yerleştirmek oldukça zordur. Günümüz Türkçesinde kullanılan girişim kavramı ‘gir’ emir kipinden türetilmiş olup, bir yerden başka bir yere geçişi, bir işe başlamayı, atak davranmayı, bir sorunu çözmek için bir şeyler yapmayı akla getirmektedir. O halde girişken ve girişimci kavramı kendi inisiyatifini kullanarak cesaretle bir işe başlayan, giriş yapan, sorunu çözme konusunda atılımda bulunan kişi anlamına gelmektedir (İrmiş vd., 2010: 7).

Girişimcilik, Fransızca kökenli sözcük olan ‘entreprendre’ ve Almanca kökenli sözcük olan ‘unternehmen’ sözcüklerinden türetilerek (Carton vd., 2004: 3), İngilizceye girişmek, üstlenmek anlamına gelen ‘entrepreneur’ sözcüğü olarak geçtiği bilinmektedir. Tarihi kayıtlara göre, “girişimci” terimi ilk olarak 17. yüzyılda Fransız askeri terminolojisinde kullanılmıştır (İraz, 2005: 149). Yine bu kavram, iş dünyasında ilk defa Fransa’da yaşayan İrlanda asıllı ekonomist Richard Cantillon (1725) tarafından kullanılmıştır (Casson vd., 2006: 3).

Richard Cantillon (1725), iktisadi alanda ilk kez girişimcilik kavramını kullanan ve gelişimine en büyük katkıda bulunan Fransız banker ve iktisat bilimcisidir. Cantillon (1725) girişimciyi, “belirsizlik şartları altında pazarın oluşumunda karar verici ve koordinatör” olarak tanımlamıştır. Yani girişimci belirli bir fiyattan alım yapıp, belirsiz bir fiyattan satış yapan arbitrajcıdır. Bu nedenle de gelir sahibinden farklıdır (Sciassica ve Riccardo, 2004: 4). Bir başka tanımda, Cantillon (1725) girişimciyi “kar elde etmek amacıyla işi organize eden ve işin riskini üstlenen kişi”

ifade etmiş ve böylelikle girişim ile risk unsurunu ilişkilendirmiştir (Döm, 2006: 3). Fransız Cantillon’ dan itibaren uluslararası literatürde yer alan girişimci tanımlarından bazıları aşağıda verilen tabloda gösterildiği gibidir:

Tablo 2. 1. Girişimci Kavramına Ait Bazı Tanımlar (Apak, 2010: 26)

<b>1934 J.Schumpeter:</b>	<b>Girişimci, yenilik yapan ve yeni teknoloji geliştiren kimsedir.</b>
<b>1961 David McClelland:</b>	Girişimci, faal ve ılımlı riskler alan kimsedir.
<b>1964 Peter Drucker:</b>	Girişimci, fırsatları en üst düzeye çıkaran kişidir.
<b>1975 Albert Shapero:</b>	Girişimci örgütün sosyal ve ekonomik işleyişinde inisiyatif kullanan ve muhtemel başarısızlık riskini üstlenen kişidir.
<b>1985 Robert Hisrich:</b>	Girişimci zaman ve gayret sarf ederek farklı değerler üreten, çeşitli riskleri üstlenen ve sonunda maddi ya da manevi karşılık alan kişidir.
<b>1995 Peter Drucker:</b>	Girişimci, elindeki kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başarabilen kişidir.
<b>1999 Jeffrey Timmons:</b>	Girişimci, çağdaş önderlikle dengelenmiş davranış ve düşünüş biçimine sahip, dürüstlük ve samimiyetle doğruların inşasını yapan kişidir.
<b>2001 P. A.Wickham:</b>	Girişimci, projeyi kendi girişimcilik anlayışıyla geliştiren kişidir.
<b>2002 G. Brenkert:</b>	Girişimci, piyasa ekonomisinin vazgeçilmez kişisidir.
<b>2003 L.W. Busenitze:</b>	Girişimci, ekonomik refahın oluşmasında başrol oynayan kişidir.

Avrupa da, hem ekonomi alanında bilim adamı olup, hem de kendi işletmesini yöneten bir kişi olan Jean Baptiste Say (1803), sermayedarla girişimci arasındaki farklılığa değinmiştir. Jean Baptiste Say (1803), hem kapitalist yani sermayedar ile yönetim, işletmecilik, denetim, karar alma gibi girişimcilik-idarecilik işlevlerini birbirinden ayırmış hem de girişimcinin kazancı olan karın, “üretimin iyi ya da kötü şanslarının peşinen kabul edilerek” ortaya çıktığını ileri sürmüştür (İraz, 2005: 154). Say (1803)’a göre para verip finansal bir risk alan herkes girişimci değildir. İktisat teorisinde Say (1803)’dan sonra klasik üretim faktörleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerine girişimcilik de dahil edilmiştir. Böylece girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak genel kabul görmüştür (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 6)

Joseph Schumpeter (1934), “The Theory Of Economic Development” isimli eseri ile girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini atmıştır (İraz, 2005: 154). Joseph Schumpeter (1934), girişimciyi, daha önce denenmemiş veya ortaya çıkarılmamış teknolojileri geliştiren, yenilik yapan kişi olarak ifade etmiştir (Bayrakdar, 2011: 248). Schumpeter (1934)’ in teorisi, yenilik kavramına özel bir önem verir ve yeniliği iktisadi sistemin ana kuvveti olarak kabul eder. Burada yeni tedarik kaynakları, yeni satış piyasaları, yeni ürünler, yeni süreçler ve yeni organizasyon şekillerini uygulayarak eskiyi yeni ile ikame eden, kısaca sürekli bir inovasyon (yenilik) süreci içinde eskiyi terk edip daha etkin yeni yolları ve yöntemleri devreye sokarak yaşayan dinamik girişimciler ekonomik büyümenin en önemli aktörü olarak ortaya konmaktadır (Doğramacı, 2006: 10). Schumpeter (1934)'in girişimcisi, burjuva sınıfına dayanan kapitalist iktisadi yapının sürekliliğini sağlayan taze kanı üretmekte, dejenere olmaya yüz tutan hücrelerinin yenilenmesine katkıda bulunmaktadır (Demircioğlu, 2010: 11). Schumpeter (1934)’in çıkış noktası ekonominin bir sistem olduğu fakat değişimlerin neo-klasiklerin söylediği gibi dışarıdan değil içeriden geldiğidir. Bu değişimlerin gerçekleşmesini sağlayan ise girişimcinin bizzat kendisidir (TUSİAD, 2002: 35).

Girişimcilik ayrıca katlanılmakta olan finansal, psikolojik ve sosyal risklerin sonucunda elde edilen kişisel bir tatmindir. Katlanılan riskler sonucunda elde edilen tatminin kişisel olarak sağlamış olduğu haz, girişimciliğin en önemli unsurudur (Hisrich ve Peters, 2002: 9). Hisrich ve Peters (2002)’e göre girişimci; kaynakları, emek, hammadde ve diğer varlıkları, daha büyük bir değer yaratacak bileşimler yaratacak şekilde bir araya getiren kişidir. Girişimci aynı zamanda değişiklikler, yenilikler ve yeni bir düzen yaratır (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 64).

Krueger ve Brazeal (1994) ise girişimcilik terimini iş dünyasındaki fırsatları sürekli olarak araştıran bireyler olarak tanımlamıştır. İş dünyasındaki fırsatlar girişimciliği ve girişimcileri etkiler. Grave ve Hofner (1991) girişimcileri bu fırsatlardan iyi yararlanan bireyler olarak tanımlamıştır. Son olarak McMullen ve Shephard (2006)’a göre girişimci, önemli fırsatlar üzerinde rol oynayan bireyler olarak ifade edilmektedir (Ashraf ve Qureshi, 2010: 101).

Literatür incelendiğinde, girişimcilik ve ilgili kavramlar konusunda farklı yazarların farklı tanımlamalar yaptıkları görülmektedir. Bu farklılıklar, girişimcilik ve ilgili kavramların tanımları konusunda tam bir fikir birliğinin oluşmasını engellemiştir (Tikici ve Aksoy, 2009: 6). Girişimcilik kavramının farklı bakış



açılırlarıyla dile getirilmesi girişimciliğin sürekli olarak değişen bir olgu olduğunu göstermektedir (Başar vd., 2001: 4). Girişimcilik alanına bilimin şimdiye kadar yaptığı katkılar incelendiğinde, 1980'lerden itibaren giderek artan şekilde konu ile ilgili araştırmaların yapıldığı göze çarpmaktadır. "Bilgi Çağı'nın ve dolayısıyla küreselleşmenin de etkileri ile bu eğilimin ilerleyen dönemlerde de süreceğı beklenmektedir.

Girişimci ve girişimcilik kavramları arasında kesin bir ayırım yapılamamaktadır. İki kavram birbirine çok benzemektedir ancak aralarında küçük olarak tabir edilebilecek farklar bulunmaktadır. Girişimcilik kavramı ile ilgili tanımlar, çoğu zaman girişimci kavramından hareket edilerek yapılmaktadır (Demirel ve Tikici, 2010: 225). Genel olarak girişimci, başkalarında olmayan bazı yetenekler sayesinde başkalarının göremediğı fırsat ve imkânları görüp, onları birer iş fikrine dönüştürebilme beceri ve kabiliyetini kullanarak riskin üstesinden gelmeye çalışır (Kaya, 2004: 47). Girişimci kişi, daimi surette etrafını izleyerek ihtiyaçları belirler, yeni ihtiyaçları düşünür, ihtiyaç açıklarını kapatmak için tesis kurar ve üretim yapar, bu işleri yaşam nedeni sayacak şekilde benimser, yaratıcıdır, yeteneklidir ve risk almayı sever (Kızılkaya, 2005: 32). Dolayısıyla, girişken insanla girişimci arasında net bir ayırım yapılmalıdır. Herkes yaptığı her işte yaratıcı ve yenilikçi olabilir ancak girişimciler, diğer bir deyişle bazı şeyleri daha dayanıklı inşa edenler, tipik olarak anlamlı derecede farklıdır. Bu ayırımı yaparken anahtar nokta şudur: herkes girişimci olamaz (Thompson, 2004: 245).

Girişimci, iş ve yaşam tarzını değiştirme cesaret ve enerjisiyle, risk üstlenip, yeni bir girişimde bulunan, kurucu, örgütleyici, girişim süreci yöneticisi bir kişidir (Karabulut, 2009: 13). Üstün niteliğe sahip ve aile geçmişi olan insanların bulunduğu dış kaynaklı bir olgu olarak belirlenen girişimcilik, esasında firmalar ve organizasyonlar tarafından geliştirilen, yeni bilgiyle yatırımcılar tarafından oluşturulan fırsatlara cevap veren, bilginin ticarileştirilmesi neticesinde doğan fırsatları tam olarak inceleyen, iç kaynaklı bir olgudur.

Girişimcilik konusunda değişik görüşlerden hareketle bir derleme yapılacak olursa; girişimci, iş ve yaşam tarzını değiştirebilecek ek yarar, ödül ve kar sağlamak güdüsüyle, rekabetçi fırsata ve ölçülebilir riske sahip, pazarlanabilir, yeni ve öngörülü bir fikri, örgüt içi ve örgüt dışı kaynakları koordine edip, ek zaman, para, çaba harcayarak, üstün bir beceri sergileyerek, hedef tüketicilere ve müşterilere ek değer

sağlayacakları şekilde, bir süreç yöneticisi olarak sunan lider kişi olarak ifade edilebilir (Karabulut, 2009: 12).

Girişimci ve girişimcilik kavramı pek çok fonksiyonu içinde barındırması açısından çoğu zaman birtakım kavramlarla karıştırılmaktadır. Bu kavram kargaşasını önlemek adına girişimcilik ile ilgisi olduğu düşünülen bu kavramlara yer vermek yerinde olacaktır (Başol, 2010: 5). Yapılan literatür araştırmaları sonucunda girişimcilik ile en çok karıştırılan dört ayrı kavram vardır. Bu kavramlar; esnaflık, işletme sahipliği, yöneticilik ve tüccarlıktır.

**Esnaflık**, tacir sıfatını kazanacak kadar sermayesi olmayan ve geliri daha çok emeğe dayanan, bağımsız olarak çalışma, şeklinde tanımlanabilmektedir. Esnaf tacirle, iş gören arasında bir konuma sahiptir. Yetersiz de olsa sermayesinin olması ve bağımsız olarak çalışması bakımından daha çok tacire benzer (Küçük, 2010: 35). Başka bir tanıma göre esnaf, “ iktisadi faaliyeti nakdi sermayeden ziyade bedeni çalışmaya dayanan ve yıllık gayri safi geliri yasal çerçevede belirlenen miktarı aşmayan” kişidir (Çelik ve Akgemci, 2010: 5).

**İşletme sahipliği**, bir terim olarak kuralcı bir anlamla yüklü değildir. İşletme sahibi olmanın göstergesi, işletmenin mülkiyetine sahip olmaktır. Doğal olarak herhangi bir işletmenin mülkiyetine sahip olan her kişi işletme sahibidir (Çelik ve Akgemci, 2010: 7). İşletme sahibi, işletmenin öz kaynaklarını temin eden, bunun karşılığında işletmeden makul düzeyde kar elde etmeyi veya ortaklık payının değer kazanmasını bekleyen kişidir. (İrmiş vd., 2010: 13). Bir kişinin girişimci olabilmesi için risk ve sorumluluk yüklenebilme, dinamik bir kişilik, yeniliklere açık olmak ve büyüme tutkusu gibi birtakım niteliklere sahip olması gerekir. Bu niteliklere sahip olmayan bir kişi, işletmenin mülkiyetine sahip sıfatı ile işletme sahibi olsa bile girişimci değildir (Çelik ve Akgemci, 2010: 7).

**Yöneticilik**, girişimcilik ile karıştırılan bir diğer kavramdır. Girişimci kavramının yerine; yönetici, fabrika yöneticisi ve şirket yöneticisi gibi ünvanlar kullanılmaktadır (Başol, 2010: 6). Yönetici, kar ve risk başkalarına ait olmak üzere ekonomik mal ve hizmet üretmek veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren ve böylece kurulan ya da çalışmakta olan işletmeyi amacına uygun çalıştırma sorumluluğunu üstlenen kişidir (Güney, 2008: 65). Görevi, işletmenin amaçlarını saptamak ve işletmeyi bütün olarak bu amaçlara yöneltmektir. Amaçlara ulaşmak için karar alır, aldığı kararları uygular, üretim faktörlerini bulur, düzenler ve örgütler. Yöneticiler, girişimcilerin yönetime ilişkin bazı fonksiyonlarını üstlenmişlerdir. İşletmeyi girişimci adına yönetirler. Bu doğrultuda girişimci vasıtasıyla

kazandıkları yetkileri kullanırlar. Girişimciler aynı zamanda birer yöneticidir. Oysa her yönetici girişimci değildir. Girişimciliğin yöneticilikten farkı; girişimcilerin işletmenin faaliyetlerinden doğan kar ve zararı kendi adlarına yüklenen kişiler olmalarıdır. Yöneticilerin kar ve zarar konusunda herhangi bir sorumlulukları yoktur (Tikici ve Aksoy, 2009: 10). Bir insanın çok iyi yönetici olması veya çok miktarda sermayeye sahip olması onun iyi bir girişimci de olacağını göstermez. Çünkü girişimcilik ne sadece iyi bir yöneticilik becerisine sahip olmak ne de sermaye sahibi olmaktır. Girişimcilik bunlardan daha fazlasıdır. Her para sahibi olan kişinin girişimci olabilmesi ve girişimde bulunabilmesi mümkün değildir.

**Tüccarlık**, ticari bir işletmeyi kısmen dahi olsa kendi adına işleten kimseye tüccar (tacir) denir (Küçük, 2010: 35). Tüccar olabilmek için işletmenin açıldığının ilgili makamlara bildirilmesi gerekir. Tüccarlar iflasa tabidirler, bir unvan kullanırlar, kanunen zorunlu olan defterleri tutarlar, işletmelerini ticaret siciline kaydettirirler, ticaret karnesine tabidirler ve ticari faaliyetleri için fatura kullanırlar (Tikici ve Aksoy, 2009: 12).

### 2.1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’de Girişimcilik

Girişimci kavramı orta çağdan günümüze kadar pek çok anlam da kullanılmıştır. Orta çağda “üretim projelerinin yönetimini gerçekleştiren” fakat bunun karşılığında herhangi bir risk almayan, üstelik devlet tarafından verilen kaynakları kullanan kişi girişimci olarak tanımlanmıştır (İrmiş vd., 2010: 51). Adam Smith gibi erken dönem İngiliz Klasik İktisatçıları, girişimciye tüm ekonomik aktivitelerde oldukça önemsiz bir rol vermişlerdir. Klasikler girişimciyi; “bir lider veya bir yönetici” olarak değil, sadece “kapital sağlayan bir kişi” olarak görmüşlerdir (Küçük, 2010: 38).

Sanayileşme süreci ile girişimci insan tipi bambaşka nitelikler kazanmaya başlamıştır. Girişimciliğin niteliklerindeki bu değişim, aynı zamanda girişimcinin ekonomik değerini ve dolayısıyla toplumdaki önemini artırmıştır. Bu gelişmenin sonucu olarak genel iktisatta da girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul edilmeye başlamıştır (Çelik ve Akgemci, 2010: 23). Girişimcilik kavramı sanayi devrimiyle beraber daha farklı boyutlar ve özellikler kazanmış, bunun sonucu olarak da girişimcinin ekonomik değeri ve toplumdaki önemi artmıştır. Bu dönemde ortaya çıkan klasik iktisat anlayışı “her arz kendi talebini yaratır” düşüncesinden hareket

ederek, girişimciyi sermayeyi temin edip, arz fonksiyonunun işlemlerini sağlayan kişi olarak değerlendirmiştir (İrmiş vd., 2010: 51).

Türkiye de girişimciliğin tarihsel gelişiminde ise, konu bin yıllık bir süreç içerisinde değerlendirildiğinde, Türk'lerin Orta Asya'dan gelip Anadolu'ya yerleştikleri, göçebe toplumdaki yerleşik toplum düzenine geçmeleri ile birlikte ticaret ve zanaatkarlık konularında aktif oldukları bilinmektedir (İlter, 2008: 27). Selçuklu Devleti zamanında, Anadolu'da kurulan Ahilik Teşkilatı Türk girişimciliğinin gelişmesinde önemli bir görev üstlenmiştir. Osmanlı Devleti döneminde Türkiye'de girişimcilik İstanbul, Bursa, Edirne gibi illerde yoğunlaşmıştır (Tekin, 1999: 14).

Cumhuriyet döneminde ise, ulusal girişimciler grubu yaratma çabasına girilmiştir. Cumhuriyetin ilanından önce İzmir'de toplanan İktisat Kongresi'nin temel ilkelerinde biri Türk insanını girişimci yapmak olmuştur (Sali, 1998: 35). Bu dönemde Osmanlı İmparatorluğu sınırları içerisindeki birçok ülkeden gelen Türklerin Anadolu'da girişimciliğin gelişmesinde önemli katkıları olmuştur. Mesela, Kırım'dan göç eden Tatar Türkleri çeşitli tarım alet makinelerini Türkiye'ye getirerek ilk üretim faaliyetine başlamıştır (Tekin, 1999: 15). Ne var ki, 1929 Dünya Ekonomik Krizi, özellikle ABD ve Avrupa ülkeleri ile beraber genç Türkiye Cumhuriyeti'nde de, ekonomik istikrar ve gelişmede devlet müdahaleciliğini ön plana çıkarmıştır (Çelik ve Akkemci, 2010: 24).

1970'li yıllardaki Türk girişimcilerin genel nitelikleri şu şekilde belirtilmektedir (Çelik ve Akkemci, 2010: 24):

- Girişimciler, kısmen yüksek öğrenim görmüş kişilerdir.
- Geleneksel tüccar zihniyetini aşma çabasıyla hareket ederler.
- Üretme, hırslarının temeliydi ve yatırımın diğer boyutları olan verimlilik, yönetim felsefesi, kalite ve uygun fiyat ilkeleri ihmal edilmekteydi.

1970-1980 arası ithal ikamesi politikasının giderek yaygınlık kazandığı dönemdir. Bu dönemde, özel sektör girişimciliği ve sanayileşme eğilimleri artmıştır (Tekin, 2008: 7). Türkiye'de girişimcilik konusunda özellikle 1980 yılından itibaren önemli gelişmeler kaydedilmeye başlandı. Türkiye 24 Ocak 1980 kararıyla ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisini terk ederek serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçme kararı vermiştir. Bu strateji değişikliğine paralel olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin

en önemli aktörleri durumunda olan girişimciliği ve özellikle ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur (Güney, 2008: 20).

1990'lı yıllarla beraber hız kazanan sermaye gücü ve girişimcilik olgusu kendi arasında örgütlenme yoluna gitmiştir. Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD), Karadeniz Genç İşadamları Derneği (KAGİD), Ege Sanayici ve İşadamları Derneği (ESİAD), Denizli Genç İşadamları Derneği (DEĞİAD), Gebze Sanayici ve İşadamları Derneği (GESİAD) gibi örgütlenmeler verilebilecek örnekler arasında yer almaktadır (İrmiş vd., 2010: 60). Girişimci profilindeki bu önemli gelişme sonucu piyasaya yeni ve güçlü girişimler çıkmıştır. Nitekim bu dönemin hemen sonrasında "Anadolu Kaplanları" olarak tanımlanan ve Anadolu'nun hemen hemen her ilinde çok sayıda başarılı girişimciler ortaya çıkmıştır. Bu gelişme sayesinde ekonomide önemli bir kriz dönemi olan 5 Nisan 1994 krizi başarıyla geçilmiş ve hatta bu dönemde, bazı işletmeler güçlenerek çıkmışlardır (Tekin, 1999: 16). 1996 yılında Gümrük Birliği uygulamaya geçtikten sonra ortaya konan kötümser tablolar gerçekleşmemiş ve Gümrük Birliği ile en büyük darbeyi yiyeceği tahmin edilen KOBİ'ler bugün yollarına devam etmektedir (Güney, 2008: 21).

### 2.1.3. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik gelişmiş ülkelerde pek çok sektörde önemini korumaya devam etmekte ve gerek ekonomi, gerekse işletme literatüründe en çok araştırılan konulardan birisini oluşturmaktadır (Güney, 2008: 67). Gundry ve Welsch (2001)'e göre, girişimcilik ile ilgili çalışmalara bakıldığında, girişimciliğin çeşitli kategorilere göre incelendiği gözlenmektedir. Bu kategoriler endüstri, ölçek, bölge, yaş, sermaye, emek yoğunluğu, yüksek ya da düşük teknoloji, yaşam eğrisi aşaması, toplumsal cinsiyet rolleri kişilik türü vb. örnekleri içerir (Gundry ve Welsch, 2001: 454).

1990'lı yıllardan itibaren etkinliğini tüm dünyada arttıran küreselleşme, beraberinde rekabet yoğun bir ortamı getirmiştir. Bu yoğun rekabet ortamına giren işletmeler, bir yandan ürünlerinde farklılaşmaya giderken, diğer yandan yeni faaliyet alanlarına girmek zorunda kalmışlardır. Tüm bu çabalar girişimciliğin önemini ve işlevini artırmaktadır (Küçükaltan, 2009: 21). Girişimcilik kavramının önem kazanmaya başlaması, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile başlamıştır. Bilgi çağında insanın emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, buna karşılık bilgiye dayalı emeğin ağırlığı artmaya başlamıştır. Bu noktada girişimciliğin önemi

yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıkmıştır (Tikici ve Aksoy, 2009: 26).

Girişimciliğin önemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma, sonucunda da toplumsal refaha dönüştürmelerinde yatmaktadır. Çünkü yatırım neticesinde istihdam ve gelir düzeyi yükselmekte, bireylerin ve genel olarak toplumun refah düzeyi artmaktadır (Güney, 2008: 68). Girişimcilik, işletmeciliğin ve toplumun yapısında bir değişimi başlatır ve geliştirir. Bu değişim büyümeyi ve üretimi artırır.

Girişimci, iş dünyasının değişim katalizörü olmasının yanı sıra, yenilikte, makro açıdan ekonomik büyüme ve gelişme sürecinde hayati bir rolde üstlenmektedir (Karabulut, 2009: 13). Girişimciler bir ülkenin gelişme ve kalkınma gücünün dinamosu işlevini üstlenen kişilerdir. Girişimciler önemlidir çünkü dünya ekonomisine önemli etkileri vardır. İçinde yaşadığımız ekonomik koşulların oluşmasında ve gelişmesinde kritik bir rol oynarlar (Wickham, 2006: 9). Girişimci ekonomik kaynakların israfını önler, kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek üretkenlik alanlarına aktarılması sürecinde baş aktördür. Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır (Yalçıntaş, 2010: 95). Girişimciler tarafından gerçekleştirilen yenilik faaliyetleri ve artan rekabet ekonomik büyüme açısından çok önemlidir (Wennekers ve Thurik, 1999: 21).

Girişimcilik, ekonomik büyüme, gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkeler düzeyine gelebilmeleri için gereklidir. Bunun için ekonomik hareketlilik en temel unsurlardan birisidir. Kalkınmada, arz talep dengesinin sağlanmasının, refah düzeyinin yükselmesinin gerekli olduğundan yola çıkarak bu noktada, toplumun ihtiyaç faktörlerini bir araya getirerek riski yüklenebilecek yetenekli ve becerikli insanlara ihtiyaç duyulmaktadır (Koç, 2005: 33). Bir ülkede girişimcilerin sayısı ve çeşidi ne kadar fazlaysa, insanların ve toplumun elde ettiği fayda da o oranda fazla olur (Dolgun, 2003: 8). Aksine girişimci sayısındaki azalma ya da yeterince girişimcinin olmaması, sektörü olumsuz etkileyecek ve ülkede ekonomi alanında önemli krizlere yol açabilecektir.

Bir ülke; gelişip kalkınmak, gelir dağılımının adaletini sağlamak, istihdam yaratmak, fert başına düşen geliri arttırmak, sosyal adaleti ve sosyal güvenliği etkin hale getirmek, bilim ve teknoloji yarışında güçlü hale gelebilmek için, girişimci gücü

yüksek insanlara yatırım yapmak ve destek vermek zorundadır (Kaya, 2004: 34). Çünkü girişimci hem iş hayatını hem de toplumun yapısını harekete geçirir ve değiştirir. Ayrıca girişimcilik tutum ve davranışlarının, rekabetçi ortamlarda başarılı olmak ve büyüyüp gelişmek amacıyla olan her büyüklükteki firma için gerekli olmaktadır (Covin ve Miles, 1999: 47-51).

#### **2.1.4. Girişimcilik Yaklaşımları**

Girişimcilik, içerisinde pek çok faktörü bulundurması sebebiyle, çok yönlü ele alınması ve incelenmesi gereken bir olgudur. Çünkü girişimcilik doğrudan girişimcinin kendisiyle, onun kurduğu veya devam ettirdiği örgütle ve hem girişimcinin hem de firmanın içerisinde bulunduğu sosyal, ekonomik, kültürel, fiziki çevreyle bir bütündür (İrmiş vd., 2010: 13). Girişimcilik uzun yıllardan beri entelektüel ve akademik çalışmalara konu olmakla birlikte, disiplinler arası niteliğin farklı bakış açılarıyla ele alınmasına neden olmuştur. Girişimcilikle ilgili yapılan çalışmaların başlangıcından beri geçen süre de üç yaklaşım sergilenmiştir. Bunlar, “Bireysel Yaklaşım”, “Firma Yaklaşımı” ve “Çevresel Yaklaşım”dır.

##### **2.1.4.1. Bireysel yaklaşım**

Bireysel yaklaşım, adından da anlaşılacağı üzere büyük oranda, girişimcinin bireysel özelliklerine ve yeteneklerine dayalı çalışmaları içerir. Bu konuda yapılan araştırmalarda kişilerin demografik, kişilik ve psikolojik özellikleri ortaya konulmaya ve açıklanmaya çalışılmış, girişimcilik vasıflarının kaynağı olarak psikolojik ve sosyolojik etkiler üzerinde durulmuştur (İrmiş vd., 2010: 18). Bu yaklaşıma göre, girişimcilerin eşsiz değer, tutum ve ihtiyaçları vardır. Bu nedenle psikolojik etki, kişilik özellikleri ve bireyin yaşadığı deneyimler girişimci olmayı etkiler (Çevik, 2006: 34). Bireysel yaklaşıma göre girişimciler psikolojik açıdan risk almaya, yüksek başarı elde etmeye ve içsel kontrol odaklı olmaya eğilimli özellikler sergilemelerinden dolayı, ekonomik gelişme ve iyileşmeyi sağlayan yenilikçi bir lider olarak düşünülürler (Lee ve Peterson, 2000: 402).

Bireysel yaklaşım açısından, demografik değişkenler de girişimci olmada önemli rol oynar ve bu yönde yapılan araştırmalarda ailede ilk çocuk olanların, eğitim düzeyi yüksek olanların, girişimci olma ihtimallerinin daha yüksek olduğu görülmüş ve yaş, cinsiyet, ailenin sosyo-ekonomik durumu vb. faktörlerinde girişimci olmayı etkileyen diğer faktörler olduğu belirtilmiştir (İrmiş vd., 2010: 18).

Bireysel düşüncede psiko-dinamik yaklaşımlar da vardır. Olguya psiko-dinamik açıdan yaklaşanlar, davranışların amaç yönelimli olduğunu ve kişinin içerisindeki bir güç tarafından harekete geçirildiğini savunurlar. Çoğu davranış, bilinçaltından kaynaklanır. Örneğin, çocukluk deneyimi kişilik gelişiminde önemli rol oynadığı için girişimci olmayı belirleyen bir faktördür (Çevik, 2006: 35).

Bu yaklaşımdaki araştırmalarda kişisel özelliklerden ve karakteristiklerden hareket edilerek, psikolojik bir görüntü sunulmakta ve girişimci birey adeta standart biri olarak görülmektedir. Araştırmacılar, girişimciyi, farklı psikolojik ve kişilik özellikleri yükleyerek tanımlamaya çalışmıştır (İrmiş vd., 2010: 18).

#### **2.1.4.2. Çevresel yaklaşım**

Çevre, kişilerin bireysel çevresi, işletme çevresi ve eğitim çevresinin tümünü içermektedir (Saraçoğlu ve Duran, 2009: 132). Bu yaklaşımda, olguya geniş açıdan bakarak, girişimci olmanın temelinde bireysel özelliklerle, girişimcilik kararını etkileyen çevresel özelliklerin karşılıklı etkileşiminin yattığı savunulur (Çevik, 2006: 36).

Çevresel yaklaşım, bireysel yaklaşımın girişimcilik üzerindeki rolünü önemli bulmakla beraber, girişimciliği, aynı zamanda, belirli bir çevreye verilen tepki olarak görmektedir. Çünkü çevre, kendi yapısı ve doğası itibarıyla, girişimsel faaliyetlerle etkileşirken, girişimciliği destekleyebilir veya engelleyebilir (İrmiş vd., 2010: 18-19). Aile, destek sistemleri, finansal kaynaklar, yerel iletişim ve hükümet politikaları potansiyel olarak girişimcilik aktivitelerini etkileyebilir. Buna ek olarak kültür, ekonomi, politika gibi daha büyük sosyal faktörler de girişimcinin faaliyet gösterdiği çevrede fırsatlar ve tehditler oluşturmak için bir araya gelirler (Lee ve Peterson, 2000: 402-403).

Çevresel faktörler içerisinde insanı en çok etkileyen faktör, yaşanan toplumun kültürel boyutudur. Kültür, insanların davranışlarına ve kişiliklerine doğrudan etki eden bir sistemdir. Üyelerin davranışlarının toplamı olarak ifade edilebilecek grup davranışları, grubun sahip olduğu kültüre göre şekillenir. Bu şekillenmede üyelerin kişilikleri de önemli ölçüde etkili olur. Ancak asıl önem arz eden, grubun sahip olduğu kültürel kimliktir. Davranışlar ise bu kimliğe göre oluşurlar ve zaman içinde kişiliği yönlendirmeye başlarlar (Demirel ve Tikici, 2004: 54). Toplumların kültürü, girişimcilerin, yöneticilerin, çalışanların tutum ve davranışları üzerinde çok önemli bir etkiye sahiptir (İrmiş vd., 2010: 19). Çünkü



insan organizmasının, vücut yapısı ve akıl itibarıyla çok kıvrak ve esnek yaradılıştaki olması, karşılaştığı durumlar nedeniyle şartlanmaya ve belirlenmeye oldukça yatkın olmasına yol açmıştır. Bu nedenle ekonomik etkinlikler yerine getirilirken, toplumdaki değer ve normlar girişimcileri etkiler. Değer ve normları ise büyük ölçüde kültür belirler. Davranış standartları kültür kavramı içerisinde şekillenir (Çevik, 2006: 36-37).

Girişimcilik, taklit edilerek başarılı girişimcilerin bulunduğu ekonomik çevrelerde daha hızlı gelişmektedir. Özellikle arkadaşlarının başarılı girişimci olduğunu gören kişiler, işletme kurmaya heveslenerek bu yöne yoğunlaşmaktadır. Bu yoğunlaşmanın sonucunda, belirli bölgelerde âdeta girişimci havuzları oluşabilmektedir. Bir girişimcinin çevresinde güven duyabileceği insanların sayısı ne kadar fazla olursa, girişimcilik çabası da o oranda artacaktır (Güney ve Nurmakhamatuly, 2007: 70). Benzer şekilde ekonomik sistemler ve politik sistemler de girişimcilik üzerinde önemli ölçüde etkilidir. Ekonominin daha dengede olduğu durumlarda girişimsel faaliyetlerde yenilik ve yaratıcılık konusunda daha girişken olunabilmektedir (İrmiş vd., 2010: 19).

Girişimciliğe uygun kişilik özelliği olsa bile, çevresel faktörler ve bu faktörlerin en önemlilerinden biri olan kültürdeki inançlar, değerler, kişiler arası ilişkiler, yenilik, risk alma, başarı, kendine güven ve bağımsızlık gibi bireysel özelliklere ilişkin tutumlar, girişimsel davranışın ortaya çıkmasını destekleyebilir veya engelleyebilir.

#### **2.1.4.3. Firma yaklaşımı**

Girişimcilik, yeni bir işletme kurmanın ötesinde, var olan bir işletme içerisindeki birimleri harekete geçirmeyi de içermektedir. Firma yaklaşımı olguya bu açıdan bakarak, mevcut işletme içerisinde yapılan faaliyetlere odaklanır (Lee ve Peterson, 2000: 403). Bir işletmenin yaşaması ve büyümesi, onu kuran girişimcinin yönetsel özelliklere sahip olmasına bağlıdır. Çünkü firma yaklaşımına göre bir girişimci, işletmeyi kurduktan sonra o işletmenin büyüme, olgunluk ve istikrar aşamalarında da başarılı yönetici özellikleriyle yer alacaktır (İrmiş vd., 2010: 19). Başka bir ifade ile girişimci bir birey sadece bir girişimi başlatmaz, onun ötesinde büyütür ve geliştirir. Bu nedenle girişimci olabilmek, başarılı bir yöneticide olan özelliklere sahip olmayı da gerektirir (Erbatu, 2008: 11).

Firma yaklaşımına göre girişimci kimlik kazanabilmek, hem girişimci hem de yönetici bakış açısına sahip olmakla mümkündür. Girişimci yönetim faaliyetlerinde başarı sağlayarak, işletme içerisinde değişim ve yeniliği destekleyen bir iklim oluşturmalıdır. Başka bir ifadeyle birey hem girişimci hem de yönetici vasıflarına sahip olmalıdır (İrmiş vd., 2010: 20).

### 2.1.5. Girişimcinin Temel Fonksiyonları

Girişimci her alandaki yeniliği başlatan kişi olduğu gibi yeniliklerin sürdürülmesi ve geliştirilmesi de onun karar ve uygulamaları sonucunda gerçekleşebilecektir. Bu karar ve uygulamaları yönlendiren girişimci kültür ve zihniyetinin oluşumunda, bu kişilerin iş adamı olmadan önceki uğraşları, eğitim düzeyleri gibi toplumsal ve ekonomik nitelikleri ile bireysel özellik ve davranış boyutları etkili olacaktır. Toplumda girişimci rolünü oynayan kimselerin yükledikleri işlerin bütünü girişimcinin fonksiyonları olarak adlandırılır (Çelik ve Akgemci, 2010: 16). Çağdaş bir girişimcinin yerine getirmesi beklenen fonksiyonlar şöyle sıralanabilir:

- ***Yeni mal veya hizmet üretmek:*** Bilinen mal ve hizmetlerin nitelik ve kalitelerini yükseltmeleri gerekir. Bu fonksiyonu etkili bir biçimde yerine getirebilen girişimciler bu alandaki çabaları nedeniyle büyük kazanç sağlayabilirler (Küçük, 2010: 37).
- ***Yeni üretim yöntemleri geliştirmek ve uygulayabilmek:*** İşadamları bazen yeni mal ve hizmetleri üretmek yerine, eskiden beri üretilmekte olan bir kısım mal ve hizmetlerin üretim yöntemlerini veya pazara sunuş biçimlerini değiştirmek suretiyle büyük karlar sağlayabilirler (Güney, 2008: 72).
- ***Endüstride yeni organizasyonlar kurmak:*** İşletmeler, kendi aralarında işbirlikleri yaparak, güç birliklerinden doğan sinerjiyle yeni teknoloji, yeni ürün veya üretim yönetimi, yeni pazarlama kanalları, yeni pazar alanları vb. temin edip daha büyük karlar elde edebilmektedirler. Ayrıca işletmeler, endüstri de kuracakları bu yeni organizasyonlarla örgütsel ve çevresel değişimler gerçekleştirebilmektedirler (İrmiş vd., 2010: 31).
- ***Yeni pazarlara ulaşmak:*** Girişimcilerin bir diğer fonksiyonu ülke içinde ve dışında yeni pazarlar bularak mal ve hizmet satışlarını artırmak şeklinde ifade edilir (Çelik ve Akgemci: 2010: 16).

- **Hammaddelerin ve benzeri maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak:** Girişimciler ülke içinde veya dışında üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup, denetimleri altında toplarlar. Bu çeşit kaynakları denetimi altına şirket veya girişimciler rakiplerine oranla daha büyük karlar elde edebilmektedirler (Küçük, 2010: 38).

### 2.1.6. Girişimcilik Türleri

Girişimciler yoğunlaştıkları alanlara ve elde ettikleri fırsatlara göre yapmış oldukları girişimleri farklılık gösterebilmektedir. Yaygın olarak kullanılan girişimcilik türleri aşağıda verildiği gibidir:

**Kamu girişimcileri**, genellikle katı bütçe kısıtlamaları ile siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak çalışırlar. Yani kimi zaman ekonomik kısıtlamaların ağırlık kazandığı alanlarda; genellikle dıştan gelen dürtülerle karar veren, kendi yarattığı kaynakları değil, hazır ya da kamunun hazırladığı kaynakları kullanan kişilerdir (Çelik ve Akgemci, 2010: 21).

**Fırsat girişimciliği**, pazardaki fırsatlara görerek ya da sezinleyerek mevcut olan bir ürün ya da hizmeti pazara sunmaktır (Tikici ve Aksoy, 2009: 18). Bu fırsat, mevcut olan bir mal veya hizmetin pazara yeterince sunulmaması veya pazarda hiç olmaması, ya da mevcut işletmelerin istenen kalitede hizmeti pazara sunmamasından kaynaklanır (Küçük, 2010: 42). Fırsatçı girişimci ise, geleceğe ait öngörülerde bulunarak, karlı olabilecek alanlara yatırım yapan kişidir (Küçük, 2010: 42).

**Yaratıcı girişimci**, olağan ve olağandışı koşullarda, işgücü ve sermaye kaynağını verimli kullanarak, detayları düşünebilen, planlayan, yürüten ve sonuç alan kişidir (Güney, 2008: 76). Fırsat girişimciliği ile yaratıcı girişimcilik süreçleri sonunda toplumun ihtiyaç duyduğu ürün ve hizmetlerin üretilmesi amaçlanır ve her ikisi de bir takım riskleri üstlenmeyi, cesur ve irade sahibi olmayı gerektirir (Tikici ve Aksoy, 2009: 18).

**Yenilikçi girişimcilik**, yaratıcı özelliklere sahip girişimcilerin yönettikleri örgütlere yüksek amaçlara yönelik yenilikler getirme çabalarının bir fonksiyonudur. Fonksiyonun işlemesi için en önemli mesele doğru fırsatları yakalayabilme olduğundan, uygun oran oluştuğunda kaynaklar en yüksek verimi sağlayacak şekilde kullanılır. Söz konusu yenilikler, işletmelerde belli başlı yeni bölümlerin temelini oluşturacak kadar radikaldir (Kaya vd., 2011: 80).

**Takipçi girişimcilik**, piyasadaki gelişmeleri izlemekle yetinen, bu gelişmelere göre davranan, yenilik yapan girişimcilerin yolundan gitmeyi içeren girişimcilik türüdür. Takipçi girişimcilerin yenilikçi girişimcileri izlemek yerine mevcut olanla yetinip “komşuda görülen başarılı örneği taklit şeklinde bir uygulama içerisinde buldukları görülmektedir (Tekin, 1999: 4).

**Orijinal girişimcilik**, girişimcilerin öncelikle kendi güç, yetenek, algı, sezgi, beceri, ustalık, deneyim, bilgi gibi özelliklerine dayanarak hayallerini düşlerini gerçekleştirmek üzere eyleme geçtikleri ve ilk defa sıfırdan başlayarak kurdukları girişimlerdir. İlk defa ve orijinal olma özelliği bu girişimciliğin tanımlanmasında belirleyici ve ayırıcı etmendir (Kaya vd., 2011: 78).

**İç girişimci**, kurum içerisinde girişimci ruhuna sahip, yenilik getirme fırsatını gören, yakalayan, sadece yeniliği getirmekle kalmayarak, bu fikir ve modellerini, buldukları işletmenin karlılığını, rekabet gücünü artıracak gerçek faaliyetlere dönüştürebilen yaratıcı bireylerdir (Berber, 2000: 38). Faaliyet alanındaki organizasyonlardaki girişimcilik olarak ele alınan iç girişimcilik; organizasyonel ve genel ekonomik gelişmede çok önemli bir dinamik unsur olarak değerlendirilmektedir (Ağca ve Yörük, 2006: 162). Diğer bir ifadeyle iç girişimcilik, halihazırda çalışan büyük bir örgüt içerisinde klasik bir girişimci gibi davranma veya böyle davranmaya özendirilme işidir (Naktiyok ve Bayrakkök, 2006: 79).

**Girişimci girişimcilik**, işletmesini satmış, daha önceden girişimcilik tecrübeleri olan bireylerin pazarda fırsat alanı olarak nitelendirdikleri sektörlerdeki küçük girişimleri alma yoluyla gelişen girişimcilik türüdür (Tanoğlu, 2008: 34). Girişimci girişimcilik; dinamik olmayan çevrelerde faaliyet gösteren girişimlerde, sürekli olarak birleşmeler yoluyla büyüme şeklinde ortaya çıkar (Tikici ve Aksoy, 2009: 19).

**Dinamik girişimci**, olanla yetinmeyip, devamlı yenilik meydana getiren, yeni sistemler ortaya koyarak yeni uygulamalar getiren kişidir. Shumpeter’e göre, dinamik girişimciler, yeni pazarlar, yeni tedarik ve finans kaynakları kullanarak, yeni üretim teknikleri ve organizasyon şekilleri geliştirerek ekonomik gelişmenin öncülüğünü üstlenirler (Çelik ve Akgemci, 2010: 23-24).

**Tekno girişimci**, öngörü ve sezgi yeteneğiyle, Pazar yaratma ve geliştirme becerisinin yanı sıra, teknoloji geliştirebilme ve inovasyon yapabilme konusunda da beceri sahibi olan kişidir. Tekno girişimcinin, düşük teknolojiye yönelik girişimci ile

farkı, faaliyette bulunmayı düşündüğü alanda çok daha uzmanlaşmış ve bu alanda iyi yetişmiş olması gerekliliğidir ([www.girisimicin.com](http://www.girisimicin.com)).

**Sosyal girişimcilik**, kompleks sosyal ihtiyaçlarla ilgilenmek yerine yenilikçi bir yaklaşım olarak gündeme gelmiştir (Peredo ve McLean, 2006: 56). Dar anlamda sosyal girişimcilik, kar amacı gütmeyen organizasyonların gelir elde etmek için yenilik üretmeleri olarak tanımlanabilir (Austin vd., 2006: 2). Sosyal girişimcilik, toplumların kalkınmasında önemli rol oynamıştır. Sosyal girişimci, toplumda yaşanan bir sorun olduğunda, bunun giderilmesi için gerekli çözümleri üretmeye girişen kişidir. Sosyal girişimci toplumdaki sorunları belirledikten sonra, yeni atılım ve girişimlerle, gerekirse sistemi değiştirerek sorunun ortadan kalmasını sağlamaya öncülük eden kişidir (Betil, 2010: 25). Sosyal girişimlerin çoğu sosyal girişimciler tarafından başlatılıp sürdürülmektedir. Ancak her sosyal girişimcinin sosyal bir girişimi (kar amacı gütmeyen bir kurumsal yapı) olmak zorunda değildir ve sosyal girişim kuran her bireyi sosyal girişimci olarak adlandırmak yanlıştır. Sosyal girişim yapmış, bunu başarıyla yürütmüş sosyal girişimciler olduğu gibi, sosyal girişimi olmadan da önemli sosyal ve ekonomik etkiler yaratabilmiş girişimci örnekleri bulunmaktadır ([www.sosyalgirisim.org](http://www.sosyalgirisim.org)).

**Durgun bürokratik girişimcilik**, faaliyette bulunulan alanda dengeli şekilde gelişmenin sürdürülmesi ve yeni alanlara girerek riskin artırılmasından kaçılması şeklinde yayımlanabilir. Bu girişimcilik türünün hakim olduğu işletmeler Pazar paylarının sürekliliği sebebiyle yeniliğe ve değişime pek duyarlılık göstermezler (Tikici ve Aksoy, 2009: 19).

**Egemen girişimcilik**, bu tür girişimcilerin buldukları sektördeki yerleri çok güçlüdür ve piyasada kontrol edici olmaları nedeni ile pazar payları yüksektir. Egemen girişimciler yeniliklere kısmen açıktırlar ve riske fazla girmezler (Kaya vd., 2011: 80).

**Çevreci girişimcilik**, çevresel sorunlara çözüm bularak bu sorunların içerisinden bir fayda ve fırsat sağlamaya yönelik girişimlerdir. 21 yy. dünyasında çevre kirliliğinin ve beraberinde toplumun buna karşı hassasiyetinin artması sonucu bu girişimcilik türü daha önemli bir konuma gelmiştir (Tanoğlu, 2008: 33).

### 2.1.7. Girişimcilerin Kişilik Özellikleri

21. Yüzyılda küresel bir mahalle durumuna gelen dünyamızda girişimci kişilik özellikleri ve rolleri sürekli yeni bir karaktere bürünmektedir. Girişimci kişilik

özellikleri bilgi toplumunun sürekli bitmeyen ihtiyaçlarına göre yeniden şekillenmektedir. Bir ülkede girişimciliğin istenilen yönde gelişip yaygınlaşmasıyla girişimcinin kişilik özellikleri ve tipi arasında yakın bir ilişki vardır (Tekin, 1999: 25).

Birçok araştırmacı başarılı girişimcilerin profilini çizmeye çalışan çok sayıda çalışma yapmıştır. İş hayatına yeni başlayan bazı girişimcilerin, büyük başarılar elde etmesine rağmen, bazılarının başarısız olması ve işletmelerini kurduktan kısa bir süre sonra kapatmalarının nedenlerini açıklamaya çalışan çeşitli çalışmalar vardır (Güney, 2008: 56). Girişimcilik özellikleri kuşkusuz her birey için farklılık arz etmektedir. Bireyin kişilik özelliklerini belirleme sürecinin karmaşık olması ve ölçme işinin de sübjektif unsurlar taşıması bu işi zorlaştıran en temel nokta olmaktadır. Bu sınırlayıcı unsurlar var olmakla birlikte, girişimcilik özellikleri ve başarılı girişimciyi diğer bireylerden ayıran temel özellikler ilgi odağı olmuş ve bu konuda birçok araştırmacı başarılı girişimcilerin profilini çizmeye yönelik çok sayıda çalışma yapmıştır (Döm, 2006: 26; İkiz, 2011: 9). Yapılan çalışmalarda, bir taraftan kişilerin girişimci olmalarında itici güçler ortaya çıkarılmaya çalışılırken, diğer taraftan da girişimcilerin başarılı olmalarını sağlayan unsurlar tespit edilmeye çalışılmıştır (İrmiş vd., 2010: 21). Örneğin Baron'a göre başarılı girişimciler kendi yargılarına fazlasıyla güvenen, diğer insanlarla başarılı bir biçimde etkileşimde bulunan, sosyal algıları yüksek ve yeni durumlara daha hızlı uyum sağlayan insanlardır (Güney, 2008: 56).

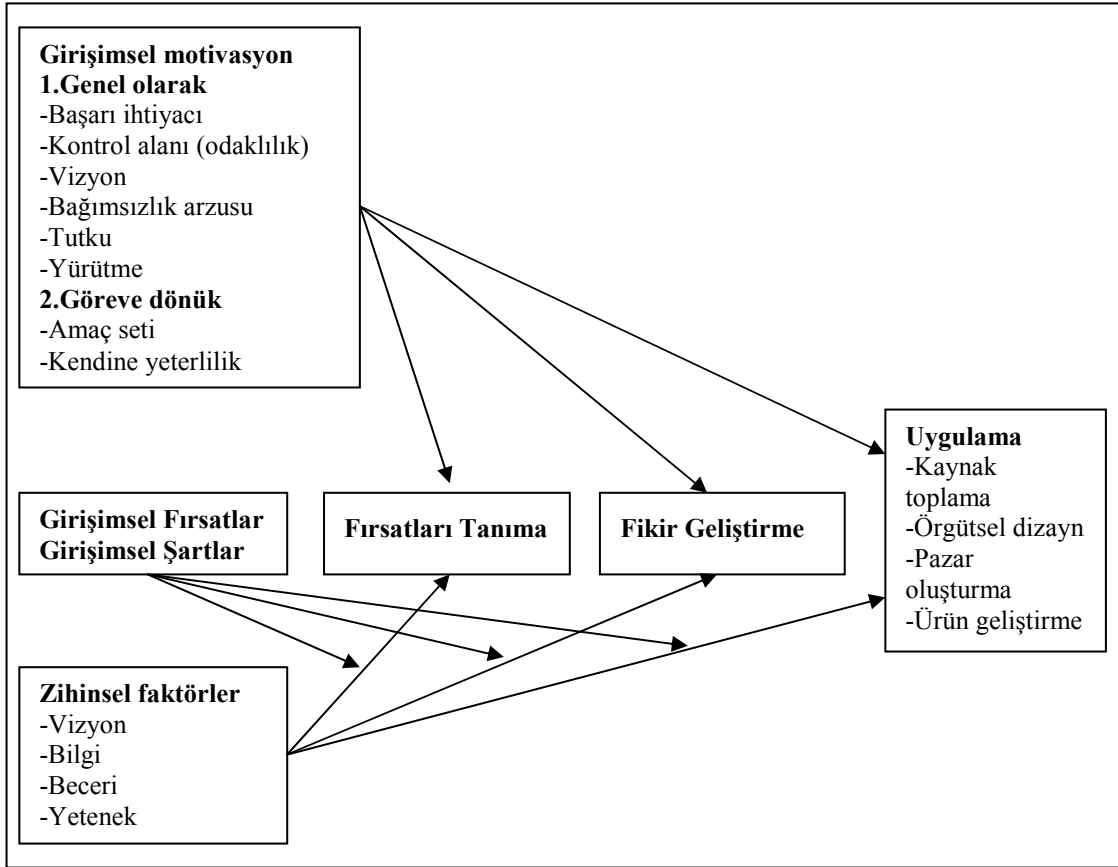
Girişimcilerin temel özelliklerinin belirlenmesi konusunda değişik yazarlar tarafından yazılan makaleler yıllar itibariyle girişimcilerin gösterdikleri girişimcilik özelliklerini Tablo 2.2.'de ortaya koymuştur:

Tablo 2.2.'de verilenler girişimcilerde bulunması gereken özellikler olmasına rağmen, bu özelliklerin herkes de girişimciliğe veya girişimcilik kariyerine yol açması beklenemez. Aynı zamanda bazı araştırmacılar arasında hangi özelliklerin veya özellik kombinasyonlarının girişimciliğin özünü oluşturduğu hakkında tartışmalar sürmektedir (Kayalar ve Ömürbek, 2007: 186).

Tablo 2. 2. Girişimcilerin Temel Özellikleri (Güney, 2008: 57-58)

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mill	Risk alma
1917	Weber	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1934	Schumpeter	Yenilik, önyak olma
1954	Sutton	Sorumluluğa istek duyma
1959	Hartman	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1961	McClelland	Risk alma, başarı güdüsü
1963	Davids	Hırslı olma, bağımsızlık isteği, sorumluluk, öz-güven
1964	Pickle	İnsan ilişkileri, iletişim becerisi, teknik bilgi
1965	Litzinger	Riski tercih etme, bağımsızlık, tanınma, babacanlık, 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.
1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İçsel güç odağı
1977	Gasse	Kişisel değerlere dönüklük
1978	Timmons	Güdü/ öz-güven, amaca dönüklük, orta düzeyde risk alma, kontrol odağı, yaratıcılık/yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk üstlenme eğilimi
1981	Mescon- Montanari	Başarı, hakimiyet, özerklik, dayanma gücü, kontrol
1981	Welsh-White	Kontrol ihtiyacı, sorumluluk isteği, öz güven/güdü, mücadele etme, orta düzeyde risk alma.
1982	Dunkelberg- Cooper, Welsh-Young	Büyümeye dönüklük, bağımsızlığa dönüklük, zanaatkarlığa dönüklük, kontrol odağı, öz güven, yenilikçilik

Scott ve arkadaşları (2003), girişimcilerin özellikleri olarak bilinen ve girişimcileri motive eden unsurlarla, girişimcilerin sahip olması gereken zihinsel faktörlerin girişimsel sürece etkisini gösteren bir model oluşturmuşlardır. Girişimsel motivasyon, başarı ihtiyacı, kontrol odaklılık, vizyon, bağımsızlık arzusu, tutku, yöneltme, amaçlar seti ve kendine güveni içerirken, zihinsel faktörlerin kapsamına; girişimcilerin vizyon, bilgi, beceri ve yetenekleriyle ilgili özellikleri girmektedir (İrmiş vd., 2010:28):



Şekil 2. 1. Girişimsel Motivasyon ve Girişimcilik Süreci Modeli (İrmiş vd., 2010: 29)

Girişimcilerin motivasyonel özellikleri ve zihinsel faktörler, girişimsel fırsatlar ve girişimsel şartlar içerisinde, girişimcilerin fırsatları tanımalarına ve fikir geliştirmelerine etki ederek, sonuçta bu fikri uygulamaya dönüştürmelerini sağlamaktadır. Uygulama aşamasında ise kaynaklar toplanıp, örgüt dizayn edilmekte, pazar oluşturulmakta ve ürün geliştirilmektedir (Şekil 2.1).

Owens (2003), 1965 yılından günümüze kadar araştırmacılar tarafından yapılan çalışmaları özetleyerek girişimcilik karakteristiklerini şu şekilde sıralamıştır: “Başarma ihtiyacı, risk alma eğilimi, kontrol mevkisi, özerklik/bağımsızlık, rekabetçilik, duygusal stabilite, girişkenlik, yenilikçilik, fırsatçılık, sabır, belirsizliğe tolerans gösterme, inisiyatif alma, şebeke oluşturma ve iş etiği” (Owens, 2003: 8). Scott ve arkadaşları ise, yaptıkları çalışmada o döneme kadar girişimcilerin özellikleri ile ilgili yapılmış araştırmaları inceleyerek, ortaya çıkan kriterleri nicel araştırmalardan elde edilen girişimci özellikleri ve nitel araştırmalardan elde edilen girişimci özellikleri olarak iki gruba ayırmışlardır. Nicel araştırma sonucunda elde edilen girişimci özelliklerini; başarma ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, kontrol odağı, kendine güven, amaçlar odaklılık olarak tespit etmişlerdir. Nitel



araştırma sonucunda elde edilen girişimci özelliklerini ise; bağımsızlık, yöneltme, tutku olarak tespit etmişlerdir (Shane vd., 2003: 263-269).

Özet olarak; girişim yapacak olan bireylerin sahip olması gereken belirli kişilik özellikleri şu şekilde açıklanabilir:

### **Başarı ihtiyacı**

Arzuladığı ve varmak istediği sonuçlara ulaşmak, para kazanmak, iş hayatında tanınmak ve başarılı olmak girişimcilerin genellikle istediği şeylerdir. İşlerinde yükselmek ve başarılı olmak istedikleri için çok çalışırlar. Bu, girişimciler için önemli olan ve onları motive eden bir özelliktir (Mirze, 2010: 39).

Kişisel özellikler ve girişimcilik ilgisi dikkate alınarak yapılan araştırmalarda, başarı ihtiyacı önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır (İrmiş vd., 2010: 22). Başarı ihtiyacı teorisi McClelland (1961) tarafından geliştirilmiştir. McClelland (1961)'in teorisine göre, yüksek başarı ihtiyacına sahip olan, kendi kendilerine sorunları çözmek isteyen, hedef belirleyen ve bu hedefleri gerçekleştirmekte istekli olan bireylerdir (Güney, 2006: 359).

Başarı ihtiyacı, bireylerin yaptıkları eylemlerin sonuçlarını daha iyi hale getirme ve bu sonuçlardan kendilerini sorumlu hissedebilme arzusu olarak tanımlanır (Entrialgo vd., 2000: 138). Başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler devamlı olarak daha iyi yapma durumunda olan insanlardır. Bu bireyler başarının önüne geçecek her türlü engeli ortadan kaldırma ve bunu da sadece kendi çabasıyla yapma güdüsü içinde olan insanlardır. Bu bireyler bazı mükemmelliklere ulaşmak için yarışmayı severler ve kendi işlerinden kişisel olarak sorumlu olmayı tercih ederler. Bu bireyler genellikle girişimciliğe doğru kendi yollarını bulurlar ve diğer girişimcilerden daha başarılı olurlar (Littunen, 2000: 296).

Başarı gereksinimi ve girişimcilik arasındaki önemli ilişkiye dikkat çeken çalışmalar, literatürde oldukça geniş olarak yer almaktadır. Johnson'a (1990) göre, başarı ihtiyacıyla girişimsel faaliyetler arasında dikkate değer bir ilişki vardır ve başarı ihtiyacı işletme kuran kişileri toplumun diğer bireylerinden farklılaştırır. Collins ve arkadaşlarının (2003) yaptığı araştırmada ise, başarı ihtiyacı ile girişimsel faaliyetler arasında önemli bir ilişki olduğu ve başarı ihtiyacının işletme kuranlarla diğer kişileri birbirinden ayırt etmede etkili bir araç olduğu ileri sürülmüştür (İrmiş vd., 2010: 22).

Ceylan ve Demircan'ın (2006), Düzce bölgesindeki KOBİ'ler üzerinde yaptıkları çalışmada girişimcilerin başarı ve güç ihtiyaçları arttıkça daha fazla kazanma arzusuyla işletme kurma eğilimlerinin yükseldiği görülmektedir (Ceylan ve Demircan, 2006: 14).

Bazı araştırmalarda girişimcilerin, girişimci olmayanlardan daha fazla başarıya ihtiyaçları olduğu belirtilirken, başarı ihtiyacının iş kurulum aşamasında etkisi olmadığını ortaya koyan çalışmalarda mevcuttur. Ayrıca başarıma ihtiyacının etkilerinin toplumların kültürel özelliklerine göre de değişim gösterdiği yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen bulgulardır. Bu nedenle başarıma ihtiyacı toplumsal olarak farklı etkiler gösterebilen bir faktördür (Kuvan, 2007: 43).

### **Risk alma**

Birçok araştırma sonucunda ortaya çıkan, girişimciliğin bir diğer önemli özelliği risk algısıdır. Risk alma kavramının sık sık girişimcilik davranışı ile ilişkili olduğu gösterilmiştir. Hatta girişimciliğin tanımı yapılırken öncelikli olarak risk akla gelir. Kültürel, sosyal, psikolojik, fiziksel ve finansal olarak risk alma girişimcilik sürecinin bir parçasıdır. Papay (2006)'a göre, ani bir karar verme işleminde beklenmeyen sonuçlar çıkması neticesinde risk alınması doğaldır. Yeni bir işletme kurarken girişimciler ve onun yatırımcıları girişimin mevcut durumunu değerlendirirken belli bir risk alırlar (Ashraf ve Qureshi, 2010: 103).

Risk, bir amaca ulaşmak bir fayda elde etmek üzere faaliyete başlanması, adım atılması ile ortaya çıkar. Her yeni adımda, her yeni faaliyette bir risk mevcuttur. Risk, ilk olarak gelecekle ilgili kaygıdır. İkinci olarak risk geçmişe göre farklı ve daha iyi bir fırsat yaratmaktır. Bu ise, düşüncelerdeki, hareketlerdeki ve konumlardaki değişim anlamına gelmektedir. Üçüncü olarak risk, bunun doğasında bulunan belirsizliği ifade eder. Bu kapsamda risk; “ulaşılacak istenen hedefleri olumsuz etkileyen belirsiz olayların birikimli etkisi” olarak tanımlanabilir. Başka bir ifade ile risk negatif etkileri olan istenmeyen olaylardır (Tunç, 2007: 174).

Risk, işletmelerin bir girişimde bulunurken kaybetme olasılığı anlamına gelmektedir (Antonic ve Hisrich, 2003: 17). Risk, girişimci şirketlerin rekabet avantajı elde etmek için fırsatları değerlendirme arzularının sonucunda kaybedebileceği kaynakların toplamıdır. Bu bağlamda risk alma, farkında olunan riske rağmen girişimden geri durmamak, belli oranda riski tolere edebilmektir (Alpkan vd., 2005: 177). Girişimci katlanmakta olduğu riski avantaja dönüştürmesini

bilen ve bu dönüşümden avantaj sağlayabilen kişidir (Kuvan, 2007: 35). Girişimci tanımlarının pek çoğunda “makul risk alma eğilimi” bir girişimcilik özelliği olarak ifade edilmektedir (Ağca ve Dündar, 2007: 127-128).

Lumpkin ve Dess’e (1996) göre risk, “Belirsizlik hissi, kaybetme veya olumsuz sonuç olasılığı ve kaynakların borçlanılmasından veya çok miktarda kullanma taahhüdünden oluşan büyük baskı” olarak ifade edilmekte, risk alma ise mevcut işletmelerde yenilikçilik, yeni iş alanı yaratma faaliyetleri olarak ifade edilmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 144). Williams ve Narendran’a (1999) göre ise, riski algılama durumu, kültürel ve toplumsal ön kabuller ve belirli kişisel özelliklerin desteklenmesi sonucundadır. Lilesin (1974) yaptığı çalışmada girişimcilerin finansal açıdan, psikolojik açıdan, kariyerlerinin güvenliği açısından ve hatta aile ilişkileri açısından belirsizliği kabul etme ve dolayısıyla risk alma mecburiyetinde oldukları ifade edilmiştir (İrmiş vd., 2010: 23). Erdem’in (2001) yaptığı çalışmaya göre girişimcilerin görece olarak en fazla risk üstlendikleri durum, ekonomik getirisi sebebiyle cazip, ancak siyasi istikrarsızlıklar sebebiyle riskli olan, yabancı bir ülkeye yatırım riski olduğu ortaya çıkmıştır (Erdem, 2001: 53). Puri ve Robinson (2006), girişimcileri kendi işinin patronu olan, optimist ve risk alan bireyler olarak tanımlamaktadır. Bu özellikler birbiriyle çok ilişkili değildir fakat karar verirken girişimciye farklı bakış açıları sağlamaktadır. (Ashraf ve Qureshi, 2010: 101). Ashraf ve Qureshi (2010), ilginç bir şekilde girişimcilerin geçmiş çalışmalarında önemli bir eleman olarak belirtilen risk almayı önemsiz bir faktör olarak ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmanın sonucu, Puri ve Robinson (2006) ve Norton ve More (2006)’un sonuçlarını desteklemektedir. Onlara göre girişimcilerin risk algısı girişimci olmayanlarınkinden farklıdır, çünkü onlar bir vizyona sahiptir (Ashraf ve Qureshi, 2010: 116).

### **Belirsizliğe tolerans**

Girişimciler bir işletme kurarken, o işin geleceği ve sağlayabileceği kar-zararla ilgili tahmin ve hesaplamalar yaparlar. Ama bu hesaplamalar tahminden ileri gitmez. Gelecek genellikle belirsizdir ve bu belirsizliklerin derecesi her zaman yüksektir. İşle ve sektörle ilgili her şeyi bilmek ve bu bilgilerle işleri devam ettirmek her zaman mümkün olmayabilir. Bu nedenle girişimcilerin kısıtlı bilgi ile belirsizlik derecesi yüksek iş ortamlarında çalışabilecek kişiler olması gerekir (Mirze, 2010: 358).

Belirsizlik, bilgi eksikliğinden dolayı kişiler tarafından doğru bir şekilde yapılandırılmayan ve sınıflandırılmayan durumlar olarak ifade edilebilir. Belirsizliğe tolerans ise belirsiz durumlara karşı pozitif cevap verebilme yeteneğidir. Başka bir deyişle yüksek belirsizlik toleransına sahip bir birey, fazla bilgi aramaya çalışmaksızın belirsiz bir ortamda bile aldığı kararlar hakkında kendinden emindir (Teoh ve Foo, 1997: 72). Dolayısıyla, belirsizlik toleransı, bir kişinin belirsiz bir durumu algılaması, algıladığı bu belirsizliğe yaklaşımı ve elde edilebilir uygun bilgiyi düzenleme şeklini ifade eder. Yüksek belirsizlik toleransına sahip kişiler, belirsiz durumları algılayabilen, belirsizliğe karşı meydan okuyan ve daha iyi performans gösterebilmek için belirsiz durumun üstesinden gelmeye çalışan kişilerdir (İrmiş vd., 2010: 24). Girişimciler sadece belirsiz bir çevrede faaliyet göstermeyip, hırslı ve gönüllü olarak belirsizliğe yönelmektedirler (Kaya, 2001: 545).

Girişimciler çevresel belirsizlikler altında çalıştıkları için, çevresel akımlar, işletmeleri olan girişimcileri olumlu yada olumsuz etkileyebilir. (Erdem, 2011: 44). Ekonomik koşullar, talepler, tüketici zevk ve tercihleri zamanla değişmektedir. Bu değişimler zamanla ekonomide oldukça derin belirsizliklere neden olmaktadır. Girişimcilerin bu belirsiz durumların üstesinden gelebilmeleri için, yüksek düzeyde belirsizliğe karşı tolerans yeteneğine sahip olmaları gerekir (Avşar, 2007: 17). Birey, belirsiz bir çevrede aldığı karara daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın halen güvenebiliyorsa, belirsizliğe tahammül edebiliyor demektir (Erdem, 2011: 44).

Kutaniş'in (2006) yaptığı çalışmada girişimciler ile girişimci olmayanlar arasında belirsizlik toleransı açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Benzer şekilde, Shere (1982) belirsizliğe toleransın, girişimcilerin önemli bir kişisel özelliği olduğunu çünkü işin oluşturulması ve yürütülmesi safhalarının her birinde karşılaşılabilecek zorlukların ve başarı potansiyelinin işin doğası itibariyle önceden tahmin edilemeyeceğini öne sürmektedir (İrmiş vd., 2010: 24). Frone (1990), yaptığı çalışmada bireylerin belirsizliğe karşı gösterdikleri tepki ile örgütsel süreçler arasındaki ilişkiyi incelemiş ve örgütlerde rol belirsizliği altında çalışan ve belirsizliğe karşı toleransı yüksek olan bireylerin iş tatmininin daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur ( Frone, 1990: 311). Dugas (2001) ise yaptığı çalışmada bireylerin belirsizliğe karşı gösterdikleri tepki ile örgütsel süreçler arasındaki ilişkiyi incelemiş ve belirsizliğe toleransı az olan bireylerin panik atak, endişe gibi durumları daha çok yaşadıklarını ortaya koymuştur ( Dugas vd., 2001: 556).

### **Kontrol odağı**

Kontrol odağı, psikolojide ilk olarak Julian Rotter tarafından geliştirilen bir kavramdır. Rotter (1966)'ın teorisinde bireyin kontrol odağının içsel ve dışsal ekseninde çeşitlilik gösterdiği ileri sürülmüştür. Rotter (1996) teorisine göre, içsel kontrol odağı öğrenmeyle ilgilidir ve böylece aktif çabayı destekler ve motive eder. Diğer yandan dışsal kontrol odağı öğrenmeyi geciktirir ve pasifliği artırır. İçsel kontrol odağı genellikle girişimcilikle ilgilidir. Ancak, birçok araştırmacı içsel ve dışsalın farklı boyutlar olarak çalışılması gerektiğini ileri sürmüştür (Littunen, 2000: 296). Kontrol odağı yüksek içsellikten yüksek dışsallığa doğru devam eden bir süreklilik üzerinde var olan ve bireylerin bu iki uç sınır arasında değişiklik gösterdiği bir yapıdır. Değişebilir olmasına rağmen kontrol odağı genellikle sürekli bir özellik olarak kontrol odağı ele alınır (Akın, 2007: 9).

Dışsal kontrol odaklı kişiler, bir olayın çıktılarının kendi kontrolleri dışında olduğuna inanıp, çevrelerini de bir tehdit unsuru olarak algılayarak, içsel odaklı kişilere göre, kendi kişisel faaliyetleri, bir olayın sonuçlarını doğrudan etkilemektedir. (İrmiş vd., 2010: 25). İçsel kontrol odağı, bir insanın kendi hayatının rutin aktiviteleri veya kendi karakteri üzerinde kontrollü olduğunun göstergesidir. Dışsal kontrol odağı, başka insanlar, kader, şans gibi özelliklere odaklanır. İçsel kontrol odağına sahip olanlar, faaliyetlerinin sonuçlarını kendi üstünlük ve yeteneklerinin belirlediğine inanırlar. Bundan dolayı içsel kontrol odaklılık; yetenek, çok çalışma, kararlılık ve elde edilen sonuçların planlayıcısı olma gibi özelliklere vurgu yapmaktadır (Ağca ve Dündar, 2007: 126-127). Dış kontrol odağına sahip bireyler, kontrol edemeyeceklerine inandıkları için çevrelerini tehditkâr olarak algılayarak buna bağlı olarak da kızgınlık ve düşmanlık içeren tepkiler verirler. İç kontrol odağına sahip kişiler, stresli durumlara daha yapıcı ve sorun çözücü tepkiler gösterirler (Bozkurt, 2007: 100). Dış kontrol odağına sahip bireyler, olayların oluşunda kontrolün hep şans, kader, güçlü olan diğer insanlar gibi kendileri dışındaki faktörlerde olduğunu düşünürler ve kendilerini çevreleyen büyük ve karmaşık güçlerin davranışlarını ve hayatlarını yönlendirdiğine inanırlar (Basım ve Şeşen, 2006: 51).

Genel olarak iç kontrol inancına sahip bireylerin çevreden gelen olumsuz etkilere daha fazla direnen, kişisel özgürlüklerinin sınırlandırılmasına tepki gösteren ve olumlu kendilik algılamalarına sahip bireyler olduklarını söylenebilir. Buna karşın dış kontrol odaklı bireyler ise çevre üzerinde kontrollerinin olmadığına

inanmalarından dolayı daha pasif, kendilerine ve başkalarına daha az güvenen kişilerdir (Şeşen, 2010: 200).

Spector (1988), çalışmasında iç kontrol odaklı çalışanların işlerinde daha memnun çalıştıklarını, daha az stresli olduklarını, daha fazla özerklik algıladıklarını, işlerinden daha çok zevk aldıklarını ortaya koymuştur (Spector, 1988: 335). Bernardi (2001) dış kontrol odaklı bireylerin gösterdikleri çaba ile elde ettikleri sonuç arasında herhangi bir ilişki olmadığını, bireylerin başlarına gelen önemli olayların belirleyicisini şans faktörü olduğuna inandıklarını belirtmektedir. Buna karşılık iç kontrol inancına sahip bireyler, amaçlarına ulaşabilmek için gösterdikleri çaba ve deneyimlerinden ders çıkarma yeteneği arasında ilişki olduğuna inanmaktalar ve kendileri için zor hedefler koymaktadırlar (Bernardi, 2001: 27). Organ ve Greene (1974), iç denetim odağına sahip bireylerin, dış denetim odağına sahip bireylere oranla daha fazla belirsizlik yaşadıkları görüldüğünü belirtmiştir (Organ ve Greene, 1974: 101). Akın (2007), dışsal kontrol odağı alt boyutu ile kontrol odağı ölçeğinin şansa inanma, çabalamanın anlamsızlığı, kadercilik ve adil olmayan dünya inancı alt faktörleri arasında anlamlı ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Dışsal kontrol odaklı bireylerin başarı ve başarısızlıklarını önemli düzeyde şansa veya diğer dışsal faktörlere atfettikleri dikkate alındığında, dışsal kontrol odağı ile şansa inanma arasındaki ilişkinin oldukça yüksek olduğunu belirtmektedir (Akın, 2007: 15). Başol ve Türkoğlu (2010), yaptıkları araştırmada sınıf öğretmeni adaylarının düşünme stilleri ile kontrol odağı durumlarının tespit edilmiş ve bu ikisi arasında ilişki olup olmadığı ortaya konulmuştur. Araştırma sonucuna göre öğretmen adaylarının düşünme stilleri ile kontrol odağı durumlarının içten ve dıştan olmasının birbiriyle yakından ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. İç kontrol odağına sahip öğretmen adaylarının öznel ve aşamalı düşünme puanları dış kontrol odağına sahip öğretmen adaylarından daha yüksektir. Bu sonuca göre iç kontrol odağına sahip öğretmen adaylarının öznel ve aşamalı düşünme stillerine sahip olmaları öğretmen mesleği açısından olumlu bir gösterge olduğunu belirtmiştir (Başol ve Türkoğlu, 2010:751-752).

### **Kendine güven**

Kendine güven, bireyin kendisiyle ilgili iyi duygular taşıması sonucunda, kendisini iyi hissetmesi, kendisinden memnun olması ve hiçbir olumsuzluğun kendisine zarar vermeyeceğine inanması sonucunda ortaya çıkan hisler olarak

tanımlanmaktadır (Mirze, 2010: 38). Bearden (2001) ise kendine güveni, bireylerin satın alma karar ve davranışlarıyla ilgili olarak bireysel yetenek ve becerilerini hissetme olarak ifade etmiştir (Bearden, 2001: 122).

Girişimciler, kendilerine, başarılı performans gösterme kabiliyetlerine güvenirlere. Kendilerine güvenmeyen bireylerin, iyi birer girişimci oldukları söylenemez (Mirze, 2010: 38). Kendine güven, amaçların başarılması için bireyin, kişisel yeteneklerinin varlığına inanmasıdır. Girişimciler, kendilerine olan bu güvenle kişisel kaynaklarını, becerilerini ve yeteneklerini bir araya getirmektedirler (İrmiş vd., 2010: 25).

İyi bir girişimci; sorumluluk alırken ve bu sorumluluğu yerine getirmek için çalışırken kendine güven duyar. Kendine güvenen bir insan; çalışmaktan kaçınmaz, sürekli ilerleme isteği duyar, en iyiyi arar ve içinde olduğu durumun gereğini yerine getirmeye çalışır (Tikici ve Aksoy, 2009: 36). Başarılı bir girişimci kendine güvenen, iyimser bir yapıya sahip kişidir ve kendini birçok durumla baş edebilecek kadar yetenekli görür. Kendine olan güven rasyonel düşünen insanların üstlenmeye cesaret edemeyeceği girişimleri üstlenmeye bireyleri ikna eder (Bernardo ve Welch, 2001: 301). Bu bireyler kendilerine olan güvenden dolayı yeni bir iş kurmada ya da yeni bir girişimde bulunmada diğer insanlara göre daha az risk algırlarlar (Vecchio, 2003 313). Alswedan ve Özhavzalı (2009), yaptıkları çalışmada ailede ilk doğan çocukların aileden daha fazla ilgi gördüklerinde kendilerine olan güvenlerinin daha yüksek olduğunu ve bu nedenle de girişimci olma olasılığının daha yüksek olacağı düşüncesini ortaya koymuşlardır (Karahana ve Patır, 2010: 38).

### **Yaratıcılık**

Yaratıcılık ve girişimcilik, yaşamın her alanında iç içe olan kavramlardır. Her ikisi de bireycilik temellidir. Yaratıcılık süreci sonunda oluşan çıktılar, girişimcilik için anahtar görevini yerine getirirler (Tikici ve Aksoy, 2009: 34). Girişimciler işle ilgili yükümlülüklerinin her aşamasında yeni fikirler ortaya koyan kişilerdir. Yeni bir ürün veya hizmette, yeni yönetim tarzlarında, yeni satış tekniklerinde, yeni operasyon ve üretim tekniklerinde yaratıcı fikirler üreten, karşılaşılan zorlukların üstesinden gelebilen farklılıklar yaratabilmek, önemli girişimcilik özelliğidir (Mirze, 2010: 38). Yaratıcılık, bireyi amaç odaklı, sorun çözücü bir sürece yönlendirir. Bununla birlikte sorun ve süreç aynı kalırken bireylerin yaklaşımı değişebilir (Kuratko ve Hodgetts, 1998: 123).

Shalley ve Smith (2001) yaratıcılığı, yeni ve uygun bir fikir, çözüm ve iş süreçlerinin tümü olarak tanımlamaktadırlar. Yaratıcılığı sadece orjinallik olarak dikkate almak yanlıştır. Uygun olması, yararlı olması ve yapılabilir olması da yaratıcı düşünceyi tuhaf fikirlerden ayıran önemli unsurlardır (Shalley ve Smith, 2001: 2). Ache (2000)'e göre yaratıcı bireyler; diğer insanlarla rahatlıkla işbirliğine içine girebilen, farklı kültürlerden deneyimlere açık olan ve kendisine en uzak olan düşmanı bile tanıyabilen bir yapıya sahiptir. Yaratıcı bireyler bugüne kadar bilinmeyen bir şekilde büyük problemin çözümünü geliştirmek için kendilerine zıt görüşlere bilerek açık olurlar (Ache, 2000: 443).

Bazı bireylerin yaratıcı düşünebilmelerinde; yetiştikleri, eğitim gördükleri çevrenin ve ailenin de etkisi vardır. Girişimci bireyler cesur yaratıcı adımlar atma eğiliminde olmakla birlikte, onların bu eğilimini belirleyen asıl faktör, içinde buldukları koşullardır. Yaratıcılık doğuştan gelen ve değiştirilmez bir özellik olmadığı için sanatçılara ve yazarlara mahsus değildir. Eğitimle ve bazı metotların kullanılmasıyla yaratıcılığın geliştirilmesi mümkündür (Akın, 2009: 214 ). Yaratıcı düşünen bireyler; normal insanlara göre sorunlara karşı daha duyarlıdırlar, daha esnektirler, daha meraklı ve daha azimlidirler, düşünceleri daha özgür ve daha orijinaldir, sezgileri ve hafızaları daha güçlüdürler. Yaratıcı bireyler, sorunlardan asla kaçmazlar ve başarısızlıktan korkmazlar; çevreye ve diğer insanlara karşı daha duyarlıdırlar.

Saraçoğlu vd., (2010) yaptıkları çalışmada, yaratıcı girişimlerin; iç kontrol odağına sahip, yatay düşünmeye yatkın, kontrolden kaçınan, risk alan, sağ beynini daha çok kullanan ve daha fazla şey bilme iştahı olan kişiler olduğunu ortaya koymuşlardır (Saraçoğlu vd., 2010: 1-14) . Akın (2009), çalışmasında personele karar verme ve uygulama hakkı verildiğinde yaratıcılığının artacağını, bireyin yaratıcı kişilik özelliği arttıkça güçlendirmenin de daha yüksek düzeyde algılanacağını, ayrıca yaratıcı kişilik özelliği güçlendikçe, örgütsel ikliminde daha yaratıcı olarak algılanacağını ortaya koymuştur (Akın, 2010: 233-234). Wong ve Pang (2005) Hong Kong'da 288 üst düzey otel yöneticisine uyguladıkları çalışmada, yaratıcılığı motive eden faktörlerin açıklık politikası, üst yönetim tarafından desteklenme ve motive edilme, ödüllendirme ve takdir edilme, eğitim ve geliştirme, özerklik ve esneklik olduğunu belirtmişlerdir (Wong ve Pang, 2005: 553-555).



## Yenilikçilik

Yenilik, girişimcilik sürecinin anahtar fonksiyonudur. Teknolojik gelişmelerin insanlığın yararına ve birçok soruna çözüm getirecek ve verimliliği artıracak şekilde uygulama alanına aktarılmasına “yenilik” adı verilmektedir (Güney, 2008: 108). Yenilik denilince akla gelen husus, çoğunlukla teknolojik yenilik olmaktadır. Hâlbuki teknolojik yenilik bunun sadece bir boyutunu oluşturur. Yeni fikirler, yeni örgütsel yapı, yeni üretim süreci veya mevcut bir örgütün içerisinde yeni bir örgütün kurulması da girişimcinin yenilikçi özelliğini gösteren hususlardır (Zhao, 2005: 28).

Araştırmacılardan Shultz (1975), Knight (1942) ve Schumpeter (1983)’e göre yenilik, girişimciliğin en önemli özelliklerindedir. Çünkü pazarın dengesizliğiyle başa çıkma yeteneğiyle çok yakından ilgilidir. Shultz (1975)’a göre girişimciliğin birçok teorik tanımı, teşvik edici olarak yeniliği ve pazar fırsatlarını yakalamayı içermektedir. Knight (1942) ve Schumpeter (1983)’e göre girişimciler, pazarda yenilik ve değişim gerektiren dengesizlikler oluştururlar. Knight (1942)’in tanımına göre girişimci, ekonomiyi yenilikleriyle ve onları pratik hayata geçirmesiyle şok eder. Schumpeter (1983)’e göre yeni firmaların oluşması ve yükümlülüklerin yer değiştirmesi, böylece üstün ekonomik performansın meydana gelmesi, yenilik ve gelişimdir. Schumpeter (1983), yeniliğin ekonomik gelişim için stratejik dürtü olduğunu kanıtlamıştır, böylece yenilik girişimciliğin genel tanımının doğal bir parçası olmuştur (Low, 2009: 8-10). Marcati ve arkadaşları (2008)’na göre, Schumpeter yenilik ile girişimcilik faaliyetleri arasında güçlü bir ilişki olduğunu ve girişimcilerin yenilikçi bireyler olduğunu söylemiştir (Marcati vd., 2008: 1). Schwartz ve Malanch-Piles (2007) girişimcileri, sürekli daha önce yapılmamış olanı yapan ve alışılmış örneklere uymayan değişimin katalitazörleri olarak ifade etmişlerdir (Schwartz ve Malanch-Piles, 2007: 2). Naktiyok (2007), araştırmasında örgütsel faktörlerin, örgütlerin yenilik yönelimi üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur ve araştırmada, örgütlerin %46’sının oldukça düşük düzeyde yenilik yönelimli olduğunu ve risk alma, ödül ve teşvik sistemi, örgütsel yapı, kaynak varlığı ve yönetsel destek gibi örgütsel faktörlerin örgütlerin yenilik yönelimi üzerinde önemli ölçüde etkili olduğunu ortaya koymuştur (Naktiyok, 2007: 221-226).

### **Bağımsızlık ihtiyacı**

Girişimci özelliklerinin en dikkat çekici unsurlarından biri de, girişimci bireyin bağımsız hareket edebilme isteğidir. Çünkü girişimci bireyler, genellikle başkalarından emir almayı sevmeyen, kararlar için otonomi isteyen kişilerdir. Bağımsızlık isteği, kişinin işle ilgili sorumluluğunu ifade eder. Diğer bir ifadeyle girişimci bireyler, başkalarına bağımlı yaşamaktan ziyade, kendi hayatlarının sorumluluğunu almayı isterler (İrmiş vd., 2010: 27).

Birçok araştırmacının gözlemine göre girişimcilik rolü bağımsız olmayı gerektirir. Girişimciler öncelikle daha önceden olmayan şansı yakalamak için sorumluluk alırken, ikinci planda da sonuç için risk ve sorumluluk alırlar. Başarılı olsalar da olmasalar da kariyerlerini takip ederler. Çünkü bağımsızlığı arzulamaktadırlar (Shane, 2003: 257-279; Tikici ve Aksoy, 2009: 39).

Bağımsızlık gereksiniminin kontrol duygusuyla yakından ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. (Atik, 2002: 42; İltter, 2008: 39). Yaratıcılığın ortaya çıkmasında, bağımsızlığın gerekli olması kadar kontrollü olması da önemlidir, fakat zor bir projenin başarılması için kararlı ve azimli olmak oldukça önemli olmaktadır (Cansız, 2007: 71). Girişimciliğin finans ayağı da kendi iş yerini açmayı düşünen bir kişi için çok cazip bir etmendir. Aslında birçok insan girişimine girişimci olmakla birlikte sınırsız harcama potansiyeline ulaşabileceğini gördüğü için başlamaktadır. Bir insan, başka bir insana çalıştığı müddetçe, harcama potansiyelinde sürekli bir sınır olacaktır. Oysa girişimci olunca sınırsız imkânlarla ulaşır (Bradley ve Bates, 2006: 23).

Cromie ve arkadaşlarının (1992), yöneticiler üzerinde gerçekleştirdikleri ve onların girişimciliğe eğilimlerini araştırdıkları çalışmada, girişimcilik özelliklerinden bağımsızlık ihtiyacının girişimsel eğilimleri farklılaştırdığını ortaya koymuşlardır (Cromie vd., 1992: 3-4). Ayrıca Hornaday ve Aboud'un (1973) ve Aldridge'nin (1997) yaptıkları araştırmalarda da girişimcinin bağımsızlık arzusunun, girişimci olmayan bireylere göre önemli ölçüde yüksek olduğu görülmüştür (İrmiş vd., 2010: 27). Özer ve Topaloğlunun (2007), yaptığı çalışmada girişimcilerle yöneticilerin kişisel özelliklerini karşılaştırılmış ve araştırma sonucunda girişimcilerin girişimci özelliklerinden bağımsızlık gereksinimlerinin yöneticilerden daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır (Özer ve Topaloğlu, 2007: 439).

### **Hırs ve kararlılık**

Girişimciler için hırs; doğrudan karı hedeflemek ve düşündüklerine tutku ile inanmak doğrultusunda ortaya çıkan bir kavramdır. Kararlılık ise, karşılaştığı zorluklarla yılmadan mücadele edebilme gücüdür. Kararlı insanlar; çalışmayı severler, sıra dışı performans gösterirler ve çözümü elde edene kadar çabalamaktan geri durmazlar (Tikici ve Aksoy: 2009: 36).

Girişimcilik hırs ve kararlılık işidir. Cesurca atılımlar yapmak ve hedeflere ulaşmada aynı kararlılık çizgisini korumak girişimciliğin doğası gereğidir. Girişimcilerin başarısızlığa uğrama sebeplerinden birisi de yeterince hırslı olmamalarıdır. Aynı zamanda girişimcinin kendini geliştirmeye çalışmasında ve düşüncelerini yaşama geçirmede sahip olacağı kararlılık da, başarılı olması için önemli bir şarttır (Tikici ve Aksoy: 2009: 36). Kararlılık mücadeleciler ruha sahip olan bireylerin benimsedikleri bir özelliktir. Bu özellikleri benimseyen insanların bir hedefleri vardır ve bu hedeflere ulaşmak için önlerine plan çizerler. Girişimciler “tutkuyla bağlanma” ve “kararlılık” güdüsüne sahip olmaları ile dikkat çekerler. Bu bireyler rekabet ve kazanma arzusuyla dolu hırslı insanlardır (Aytaç, 2006: 144).

### **Liderlik**

İzleyenlerin, kendisini idare etme yetkisi verdikleri kişi liderdir. Lider, mensup olduğu grubun gayesini tayin ve bu gayenin tahakkukunu temin hususunda, gruba en etkin şekilde yön verebilen kimsedir. Liderlik, diğerleri üzerinde kuvvet kuran ve bu gücü bireylerin davranışlarını etkilemede kullanılabilen bir süreçtir. Liderlik, herhangi bir gaye ve hedefe ulaşmak için insanlar bulmak ve amaca doğru tek kuvvet halinde birleştirilerek sevk etme kabiliyet ve tekniğidir. (Güney, 2006: 372-373).

Avolio ve diğerleri (2001) liderliği, ileri bilgi teknolojileri ile birey, grup veya örgütlerin performanslarının, davranışlarının, duygu ve düşüncelerinin değişiminin sosyal etkilenme süreci olarak ifade etmişlerdir (Avolio vd., 2001: 617). Liderlik örgüt amaçlarının gerçekleştirilmesi için, örgüt personelinin gereksinimlerini karşılayan, bireyler, gruplar ve çevre arasındaki ilişkileri düzenleyen, bireyler ve birimler arasında iletişim, etkileşim ve eşgüdümü sağlayan bir süreçtir (Özsalmanlı, 2005: 139). Genel olarak liderlik, bir kişiyle bir grup arasında güç ve otoriteye dayalı bir ilişkidir. Lider gücünü kullanarak grubu bir hedefe yönlendirir. Bir başka tanıma göre de liderlik; grubun diğer üyelerinden,

karizma, zeka, yetenek gibi özellikler açısından sahip olunan üstünlüktür (Erdem ve Dikici, 2009: 199). Liderlik kabul edilmiş amaçlar doğrultusunda yapmak istenen değişiklikler için lider ve izleyiciler arasındaki karşılıklı etkileşim olarak da tanımlanabilir.

Belirli bir grubun, belirli bir kişinin arkasından, belirli bir amaçları gerçekleştirmek üzere gitmesi ile liderlik süreci oluşur. Liderlik süreci, önder, izleyiciler ve koşullar arasındaki ilişkilerden oluşan karmaşık bir süreçtir. Liderliğin sadece organizasyonların üst kademelerini işgal edenlere has bir süreç olduğu düşünülmemelidir. Bir ustabaşı veya formen'in de liderlik yapması gerekir, bir genel müdürün de. Aralarındaki fark kendilerini izleyenlerin sayısı, gerçekleştirmek istedikleri amaçların niteliği, içinde buldukları koşullardır. Yoksa süreç olarak liderlik işi aynıdır (Koçel, 2007: 447).

Liderlik, üzerinde en çok araştırma yapılan konulardan biridir. Literatüre bakıldığı zaman liderlik teorileri çerçevesinde, liderlerin ne tür özellikler taşıdıkları, neler yaptıkları nasıl davrandıkları, nasıl karar verdikleri, liderin örgütsel süreçlerde ne kadar etkin olduğu gibi konularda detaylı birçok araştırma yapılmıştır. Nystrom ve diğerleri (2002) tarafından yapılan çalışmada, bir örgüt yapısı içerisinde, demokratik ve işbirlikçi liderlik özellikleriyle yaratıcılığın en üst düzeyde gerçekleştiği ortaya konulmuştur (Nystrom vd., 2002: 221-247). Araştırmalar, başarılı liderlerin öncülüğünde işin ve iş çevresinin yaratıcı özelliklere sahip olmasının bireylerin verimliliği ve iş doyumunu üzerinde olumlu etkiler yarattığını ortaya koymuştur (Chang ve Chiang, 2007: 2).

#### **2.1.8. Girişimcilik Kişiliğinin Oluşumuna Etki Eden Demografik Faktörler**

Kişilik kavramı “ferdin yaşam biçimi” şeklinde tanımlanmaktadır. Yaşam biçimi, çok sayıda ve farklı derecelerde boyuttan etkilenir ve insanların yaşadıkları hayat süresince ortaya koydukları bütün davranışlar ve sahip oldukları özelliklerin toplamı kişilik olarak ifade bulur. Davranışların bir kısmı, insanın biyolojik yapısından ve bedeni özelliklerinden, diğer bir kısmı toplumun kendine yüklediği ve öğrettiği davranışlardan, bir diğer kısmı da kişinin psikolojisinden ve ruhsal yapısından kaynaklanır (İrmiş vd., 2010: 38). Girişimci bireylerin demografik özelliklerinin başında aldıkları eğitim, geçmiş dönemden kazanılan iş tecrübesi, girişimci bir aile çevresinden gelme ve ailenin ilk çocuğu olma gibi özellikler

gelmektedir (Dünder ve Ağca, 2007: 129). Girişimci kişiliğin oluşmasında etki eden demografik faktörler; ailenin etkisi, eğitimin etkisi ve toplumsal çevrenin etkisidir.

#### **2.1.8.1. Ailenin etkisi**

Bireyin gelişim sürecindeki ilk etkileşim kaynağı ailedir. Aile, özellikle ebeveynler bireyin kişiliğinin oluşmasında ve toplumsallaşmasında etkin bir rol oynar ve toplumun sosyo-kültürel özellikleri bireye aktarılır (İrmiş vd., 2010: 39). Girişimcilerin aile çevreleri, ailedeki doğum sırası, ailenin işi, sosyal statü ve akrabalık ilişkileri bireylerin girişimcilik eğilimi göstermesinde önemli rol oynamaktadır (Bozkurt, 2007: 95).

Tarihsel süreç incelendiğinde, girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer iş kurdukları ya da aile işletmelerini büyütme anlamında katkı sağladıkları bilinmektedir. Ailenin sahip olduğu kültür, işletmeye ve topluma yansımakta, bu durumda işletmenin bütün fonksiyonlarına yansıyabilmektedir. Bu yapı ise, işletmelerin girişimcilik eğilimlerine, diğer bir deyişle yaşam seyrine yön vermektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 298). Ailenin içinde bulunduğu ekonomik ve toplumsal sınıf ve değerlerin yanı sıra aile içerisinde alınan eğitim ve görgü, ayrıca çocukların ebeveynlerini rol modeli olarak almaları, onların yerleşen ve süregelen pek çok davranışlarında doğrudan ya da dolaylı etkili olmaktadır. Böylece çocuğun girişimciliğe teşvik edilmesiyle ilgili ilk adımlar ya da bu konudaki ilk algılamalar ve öğretiler aile içerisinde olmaktadır (Örücü vd., 2007: 30-31).

Yapılan çalışmalar, ilk çocukların gördükleri yoğun ilgi ve gösterdikleri yüksek güven nedeniyle, daha fazla girişimci özellikler gösterdiğini ortaya koymaktadır (Demircioğlu, 2010: 26). İngiliz girişimcileri üzerine yapılan bir çalışmada, girişimcilerin büyük kısmının ebeveynlerinin ya da akrabalarının girişimci oldukları görülmüştür. Çünkü aile, kişilik oluşumunu etkilemede en başta gelen unsurdur (Aytaç, 2006: 146-148). Hem teorik olarak hem de bu konuda yapılan alan araştırmalarında, ailenin ve aile bağlarının girişim anlayışının oluşmasında ve firma başarısının sağlanmasında önemli bir unsur olduğu ortaya konulmuştur (Chrisman vd., 2002, 113-130).

#### **2.1.8.2. Eğitimin etkisi**

Girişimcilik, doğuştan gelen bazı özelliklere bağlı olduğu gibi sonradan kazanılan bazı faktörlere de bağlıdır. Bu anlamda eğitim, girişimciliği etkileyen

faktörlerden birisi sayılabilir (Demircioğlu, 2010: 26). Girişime başlarken karşılaşılan problemlerin üstesinden gelmekte eğitim çok önemlidir. Hem erkek hem kadın girişimcilerin finans, stratejik planlama, pazarlama ve yönetim alanlarında eğitime ihtiyaçları vardır (Bozkurt, 2007: 95-96).

Girişimcilik eğitimi, girişimciliğin bir kariyer olarak algılanmasına ve küçük işletmelerin sağlıklı gelişimine olumlu katkı sağlayacaktır. Ayrıca eğitimle kararlılık, başarıya arzusu, hedeflere ve fırsatlara odaklanma, ilk adımı atabilme ve sorumluluk, iç kontrol odaklılık gibi başarılı girişimcilere özgü bazı özellikler bireylere ve özellikle de girişimci adaylarına öğretilmektedir. Bu yönde bir eğitim en azından var olan girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkarılmasını ve kullanılmasını tetikleyebilir (Balaban ve Özdemir, 2008: 136-137). Girişimcilik eğitimleri, iş fikrinin değerlendirilmesinden, finansman kaynaklarının araştırılmasına, iş planı hazırlamadan, hukuki süreçlerin takibine kadar birçok konuda girişimci adaylarına destek vermektedir.

Tağraf ve Halis (2008), teorik olarak verilen girişimcilik eğitiminin, girişimci öz yetenekleri açığa çıkarmada yeterli olup olmadığını ortaya koymak üzere yaptıkları çalışmada, girişimcilik eğitimi alan öğrencilerle girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında “girişimcilik öz yetkiliği” açısından bir fark olmadığını ortaya koymuşlardır. Uygulamalı girişimcilik eğitimi alanlarda ise, işe başlama eğiliminin arttığı sonucuna varılmıştır (Tağraf ve Halis, 2008: 93-104). Souitaris ve arkadaşlarının (2007) yaptığı çalışmada girişimcilik eğitiminin, öğrencilerin “girişimcilik öz yetkinliklerinin” farkına varmalarında etkili olduğu görülmüştür (Souitaris vd., 2007: 575-579).

### **2.1.8.3. Çevrenin etkisi**

Kişiliğin oluşmasında; insanın içinde büyüdüğü çevrenin etkisi büyüktür. (Bozkurt, 2007: 98). Çevre, kişilerin bireysel çevresi, işletme çevresi ve eğitim çevresinin tümünü içermektedir.

Kişisel değerler “insan yaşamında edinilen tecrübelerin toplamı” olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda bireylerin değer yapıları zaman içerisinde hem doğuştan gelen genetik özellikleriyle, hem de başta aile olmak üzere diğer çevresel faktörlerin etkisiyle şekillenmektedir (Sığırı, 2007: 51).

Girişimci eğiliminin yaygın olduğu sosyal çevreler, bireyin yaratıcılık, sezgi gücü, karar verme, araştırmacılık, sorumluluk, işletmecilik, fırsatları kollama ve

pazarlama becerisi kazanmasın da teşvik edici, özendirici, yönlendirici bir etkiye bulunur. Böylesi sosyal çevrelerde yer alan bireyler Entrialgo ve arkadaşlarına (2000) göre, yüksek başarı yönelimli olup, zamanlarını, bir işi nasıl daha iyi yapacakları ya da önemli bir şeyi nasıl başaracakları konusuna odaklanarak geçirirler (Entrialgo vd, 2000: 138; Aytaç ve İlhan, 2007: 113). Begley ve Tan (2001)'a göre, batı toplumlarında kişisel başarısızlıklara ve hatalara tolerans gösterilmesi, bu toplumlarda bireyleri yeni ve değişik işler yapmaya ve girişimde bulunmaya teşvik etmektedir (Begley ve Tan, 2001: 547).

Girişimciliğin ortaya çıkışında çevresel faktörler; pazarın durumu, hükümet politikaları, ekonomik yapı şeklinde olmaktadır. Yine toplumun yapısı ve başarılı girişimcileri kahraman olarak algılanmaları, ihracata yönelenleri, istihdama katkı sağlayanları vatansever olarak görmeleri bireylerde girişimcilik arzusunu desteklemektedir (Çelik ve Akgemci, 1998: 39).

#### **2.1.8.4. Diğer faktörler**

Girişimci kişiliğin oluşmasında aile, çevre ve eğitim hayatının yanı sıra kişisel değerler, daha önceki iş tecrübeleri ve rol modelleri de etkili olmaktadır. Birçok araştırmacıya göre değer, insanı harekete geçiren düşüncenin altında yatan ve insanın davranışlarına yol gösteren temel inançlardır (İrmiş vd., 2010: 42).

Bir diğer önemli faktör yaş ve cinsiyettir. Yaşın dönemleri ile girişimcilik eğilimi arasında önemli bir ilişki bulunduğu, yapılan çalışmalarda başarılı bir şekilde ortaya konmuştur. Çoğunlukla 22-25 yaş arası girişimcilik kariyerine başlama dönemi olarak ortaya konmuştur (Abdullaeva, 2007: 28). ABD' de yapılan araştırma sonuçlarına göre, bireylerin işletme bağlamında ilk girişimde bulunma yaşı 25 ile 40 yaş arasında olmaktadır. Türkiye de yapılan araştırmalarda da benzer sonuçlar bulunmuş ve bir işletme açma yaşının 25 ile 42 yaş arasında değiştiği görülmüştür. Cinsiyet dağılımları açısından, girişimcilerin dünya genelinde daha çok erkek olduğu bilinmektedir. Ülkemizde ise, kadın girişimcilerin genellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri çalıştırmakta olduğu ve erkek girişimcilerin genel nüfusa oranına göre, kadın girişimcilerin genel nüfusa oranının oldukça düşük kaldığı görülmektedir (İrmiş vd., 2010: 43).

İş tecrübesi ve rol modelleri de, girişimci kişiliğin oluşmasında önemli faktörlerdendir (Bozkurt, 2007: 96). Bireyler, girişimcilik kariyerlerinde aile bireylerini, arkadaşlarını, yakın çevredeki tanıdıklarını ya da ulusal veya uluslar arası

alandaki girişimcileri kendilerine rol modeli olarak alırlar ve girişimde bulunur ya da girişimlerini onlar gibi devam ettirmeye çalışırlar (İrmiş vd., 2010: 43).

## 2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

Türkiye ekonomisinin, hızlı ve sürdürülebilir büyümesi için kadınların iş gücüne daha yüksek oranlarda katılması gerekiyor. Çünkü nüfusun yarısının kendine has yetenek ve becerilerle, mal ve hizmet üretimine daha fazla katkı yapması, ekonomiye yeni bir enerji ve dinamizm kazandıracaktır. Ailelerin gelirlerinin yükselmesi ile artacak tüketim ise, ekonomiyi canlı tutacaktır (www.kobifinans.com). Son yıllarda büyük bir atılım içinde olan kadınlar, çalışma hayatında ağırlıklarını gittikçe artarak hissettirmektedirler. Kadınlar sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma, çalışma saatlerini yönlendirebilme gibi nedenlerle, ücret ve maaşla çalışmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak, kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler (Yağcı ve Bener, 2005: 86).

Günümüzde sosyal, teknolojik ve endüstriyel değişimler, daha çok sayıda kadının iş yaşamında yer almaya başlamasına neden olmaktadır. Gerek bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde bilgiye ulaşmanın kolaylaşması, gerekse eğitim alan kadın sayısındaki artışlar, kadınların çalışma yaşamının her alanında daha sık görülmesi sonucunu doğurmuştur. Bu anlamda girişimcilik, kadınlar için en cazip kariyer alanlarından birini oluşturmaya başlamıştır (Güney, 2006: 26). Kadınların iş gücüne katılımı konusundaki çalışma ve çabalar, 1980'lere kadar ekonomik büyüme ve refaha katkıları açısından olumlu şekilde değerlendirilmeyen, küçük işletme girişimciliğinin desteklenmesi ile mümkün olmuştur. Bu çerçevede siyasi, ekonomik ve toplumsal gerekçelerle küçük işletme girişimciliğinin yaygınlaştırılması, geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yeterliliklerinin ve yeteneklerinin sağlanması yönündeki eğilimler ve bunları destekleyen uygulamalar gittikçe yoğunluk kazanmıştır (Yelkikalan, 2006: 49-50).

Genel anlamda kadın çalışan sayısındaki küresel artış; ekonomik, sosyal ve kültürel değişim ile gelişmelerin bir yansıması olarak kabul edilmiştir. Kadının aktif olarak iş yaşamına girmesinde, ailesi için ek gelir edinme, kendi ayakları üzerinde durabildiğini ispat etme, yapılan işten tatmin olma ve mutluluk duyma gibi nedenler etkili olmuştur (Öğüt, 2006: 57). Kadın nüfusunun erkek nüfusuna oranı göz önüne alındığında, böylesine bir gücün çalışma hayatına ve özellikle de girişimcilik alanına



sağlayacağı katkının, gözardı edilemeyecek kadar önemli olduğu kolaylıkla anlaşılabilir. İş yaşamının çetin koşulları içerisinde iş kuran ve kurduğu işi yöneten kadın girişimciler, sadece kendi gelirleri ve kariyerleri için çalışmış olmayacak, aynı zamanda ülke ekonomisine ve toplum refahına da sınırsız fayda sağlayacaktır (Güney, 2008: 241).

Bu bölümde ilk olarak kadın girişimcilik kavramına yer verilecektir. Bu aşamadan sonra kadın girişimci tipleri, kadın girişimcilerin çalışma yaşamında karşılaştıkları zorluklara ve daha sonra Türkiye’de kadın girişimciliği alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşla değinilecektir. Son olarak Türkiye’de çalışan kadın ve kadın girişimciliği ele alınacaktır.

### 2.2.1. Kadın Girişimcilik Kavramı

Günümüzde kadınlar, genel olarak bütün meslek kollarında ve iş yaşamının nerdeyse her alanında belirgin bir konuma gelmişlerdir. Yüzyıllardır evinin kadını ve çocuklarının annesi konumunda olan ve karşı cins tarafından da öyle görülen kadınlar, bir zamanlar yalnızca erkeklerin çalıştığı mesleklerde, onlarla karşı karşıya gelmekteydiler (Narin vd., 2006 :67).

Literatürde kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, tanımlarda şu ortak noktaların olduğu söylenebilir (Soysal, 2010: 90):

- Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan,
- Bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran,
- İş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan,
- İşletmeden elde ettiği kazancı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan,
- İşletmesi adına tüm riski üstlenen kadındır.

Başka bir tanıma göre ise; piyasa ekonomisi içinde, hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüştürebilen, mal ve hizmeti üretip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı ve TESK’e bağlı Esnaf ve Sanatkar Odalarına veya TOBB’ne üye kaydı olan sosyal güvenlik kurumlarından birinin güvencesi altında, tek başına ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadın “kadın girişimci”dir (Bedük, 2005: 111).

Her toplumda kadının statüsü erkeklerinkinden çok farklı olmuştur. Kadın “aileden ayrılmaz” olarak görülmüştür ve ailedeki ev idaresi görevinin çoğundan o sorumludur. Genellikle kadın, öncelikle ailenin temel bakımından sorumlu olarak düşünülmüştür. Çocuklarının ve evlerinin bakımı için, diğer işlevleri yerine getirmeleri ve anne olarak sorumluluk üstlenmeleri beklenir. Çoğu kadının ekonomik refahı, eşlerinin statüleri ya da ekonomik pozisyonlarıyla belirlenir. Yani kadınlar, çekirdek aile düzeninde, ekonomik kaynaklar üzerinde ya çok az kontrole sahiptirler ya da hiç değildirlir. Ancak kadının evin direği olduğu durumlarda, örneğin dulsa, eve para getirecek ekonomik faaliyetlerin içinde, aktif bir şekilde bulunmak için mücadele etmek zorundadır. Bazı durumlarda, özellikle kocanın geliri ailenin temel ihtiyaçlarını karşılamada yetersizse, kadın çekirdek ailenin yoksulluğunu azaltmada önemli rol oynar.

Günümüzde, kadın girişimcilerin sayısı giderek artmaktadır. Bunun nedenlerinden biri sosyo-kültürel değişim sonucu, kadınların öğretim düzeylerinin yükselmesi ve çok sayıda kadının iş hayatında yerlerini almalarıdır. İkinci olarak; personel azaltılması halinde, ilk kendilerinin işlerini kaybedecekleri inancı ile kendi işlerinin patronu olmayı amaçlamalarıdır. Üçüncü neden ise; başarılı kadın girişimcilerin çoğalması ile örnek olabilecekleri insanların da çoğalmasıdır. Dördüncü neden; kadınların işletmelerde ancak bir yere kadar yükselebilecekleri düşüncesinin yani iş dünyasında hala erkeklerin egemen oldukları düşüncesinin geçerliliğini korumasıdır (Tikici ve Aksoy, 2009: 23). Kadın girişimci denildiğinde, sadece gelişmiş ülkelerde başarılı işler ve işletmeleri belirli bir noktaya getirmiş kadınlar değil, küresel düzeyde bu alanda gayret sarf eden kadınların tümü anlaşılmalıdır (Narin vd., 2006: 73).

Bazı çalışmalar, kadınların girişimciliğe katılım oranlarının yükselmesinin, eğitim seviyesinin yükselmesinin sonucu olarak ekonomik baskınlığın ve bilincin yükselmesinden kaynaklandığını göstermektedir. Bütün bu sebeplerden ve gayretlerden dolayı kadınlar, sosyal ve ekonomik yönden güçlenmek ve yükselmek için girişimsel faaliyetlerde yer almaya başlamıştır. Dünyanın her köşesinde kadının rolü, git gide tanınmaktadır. Bu kabul edilmeye değer ki, kadın girişimcilerin sahip olduğu işler, dünyadaki en hızlı büyüyen girişimcilik faaliyetlerindedir. (Garba, 2011: 39).

### 2.2.2. Kadın Girişimci Tipleri

Kadınları girişimci olmaya yönelten nedenler, onları, sonraki süreçte sınıflandırma yapma zorunluluğu ortaya çıkarmıştır. 1987 yılında Doroty P. Moore yaptığı çalışmada kadın girişimcileri, geleneksel ve modern olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Birinci gruptaki kadın girişimciler, sosyal bilimler alanında eğitim görmüş, ev içinde geliştirilen hizmet ve becerilere odaklanmış ve geleneksel olarak erkek egemen alanların dışında faaliyette bulunan kişilerden oluşmaktadır. Bu kadınlar; finans, pazarlama ve satın alma gibi konularda bilgi sahibi olmayan ve genellikle sermaye temininde güçlüklerle karşılaşan girişimcilerdir. Bu sınıflandırmaya göre ikinci gruba giren kadın girişimciler ise, modern olarak nitelendirilmektedirler. Bu gruptakiler, derin işletmecilik bilgisine ve teknik becerisine sahip, finansal konularda bilgili ve planlama yapan kişilerden meydana gelmektedir. Bu gruptaki kadın girişimciler, para kazanma ve yeni pazarlara açılma üzerinde yoğunlaşan girişimcilerdir. Geleneksel kadın girişimciler ise, işletme ve finansman konusundaki eğitimlerinin yetersiz oluşu nedeniyle büyüme potansiyeli olan alanlara girememektedirler. Dolayısıyla öz sermayeleri ve gelirleri düşük olan ve yavaş büyüyen alanlarda faaliyet göstermektedirler (Moore, 1990: 277).

Robert Goffee ve Richard Scase (1985), İngiltere’de bir grup kadın girişimci üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda, dört farklı kadın girişimci tipini tanımlamışlardır. Dört kadın girişimci tipi şu şekilde açıklanmaktadır:

İlki, hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen “**geleneksel girişimci**” tipidir. Geleneksel girişimci tipinde olan kadın girişimcileri çoğunlukla konuk evi, sekreterlik, bakım ajansı, restoran, yemek fabrikası ve kuaför salonuna sahip olmaktadır (Kutaniş, 2009: 261).

İkinci tip ise, girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmesinin büyümesini öncelikli hedefleri arasına koyan “**yenilikçi girişimci**” tipidir. Yenilikçi girişimci kadınlar, yüksek düzeyde girişimciliğe motive olmuş ve geleneksel aile içi kadınlık rollerini bir anlamda terk etmişlerdir. Bu kategoriye dahil olan kadınları daha çok savaş sonrasında büyüyen ve yüksek okul mezunu kadınların istihdam edildiği alanlarda, pazar araştırmaları, reklam, halkla ilişkiler ve basın işlerinde çalışmaktadır (Kutaniş ve Hancı, 2004: 459).

Üçüncü kadın girişimci tipi, geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören “**evcimen (domestik) girişimci**” tipidir. Bu gruba dahil olan kadınlar müşterilerle düzenli, uzun vadeli ve küçük ölçekli işler yapmaktadırlar. İşlerini büyütmek ya da sektörde söz sahibi olmak gibi kaygıları yoktur. Onlar için evlerindeki düzen ve çocuklarının iyi bir şekilde yetiştirilmesi, her şeyin önünde yer almaktadır (Kutunis, 2009: 261).

Son olarak da iş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işini de bu amaca hizmet eden bir araç olarak görerek organize eden “**köktenci girişimci**” tipleri tanımlanmıştır. Bu durumda girişimler kadın hareketiyle ilişkili, basın, yayın, perakende satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat gibi çeşitli alanlarda olmaktadır (Kutunis, 2009: 261).

### **2.2.3. Kadın Girişimcilerin Çalışma Yaşamında Karşılaştıkları Zorluklar**

Bir işletmenin büyütülmesi zor bir iştir. Kadın ve erkek tüm girişimciler, büyüme sırasında karşılaşılan bütün problemlerle başa çıkmak zorundadırlar. Ancak, kadın girişimciler bu problemler yanında, daha başka sorunlarla da uğraşmak zorunda kalmaktadırlar. Girişimcilerin girişim sürecinde yeni bir yatırımın başlatılması ve geliştirilmesi sırasında, çözmek zorunda oldukları problemler diğer yöneticilik süreçlerinde var olmayan ancak girişimciliğe özgü birtakım problemlerdir (Güney, 2008: 251-252).

Girişimcilik sürecinde kadınlar, girişimcilikle ilgili çeşitli problemlerle karşılaşmaktadır ve bu problemler onların aile içi görevlerinden dolayı ikiye katlanmaktadır. İnsanlar dünyanın farklı yerlerine yerleşmiş olmalarına rağmen, kadınlar benzer problemlerle karşılaşmaktadır (Boateng vd, 2010: 59). Bir iş kurma niyetindeki girişimcinin önündeki önemli engellerden biri, aşması gereken bürokratik zorluklardır. Girişimcilerin işlerinin kolaylaştırılması için bürokratik işlemlerin kolaylaştırılarak, mevzuatın anlaşılır ve basit bir hale getirilmesi gerekmektedir. Finansal sorunlar ve sermaye yetersizliği, girişimcilerin çözmek zorunda oldukları sorunlar arasında ilk sırada yer almaktadır. Girişimciliğe başlamak için sermayesi olan, ancak bunu yönlendiremeyen kişiler olduğu gibi, işletmenin kuruluşundan itibaren belli dönemlerde mali problemlerle karşılaşanlar da çoğunluktadır (Tekin, 1999: 19).

Kadınların işgücüne katılmasının önündeki en önemli engellerden biri de ataerkil zihniyettir. Kadınların büyük bölümü çalışma kararını tek başlarına

alamamakta, çoğu kez buna baba veya eş karar vermektedir. Ayrıca, eğitim eksiklikleri nedeniyle de kadınların iş bulmaları erkek çalışanlara göre daha zordur. Kadını çalışma yaşamından uzaklaştıran bir başka neden de, aile içindeki ataerkil iş bölümüdür. Bütün gün iş yerinde çalıştıktan sonra ev işleri, çocuk bakımı gibi yükümlülükleri yerine getirmek zorunda olmak, kadınlar için çalışma hayatı bakımından caydırıcı olmaktadır. Tüm bu engelleri asıp işe giren kadını çoğu kez, düşük ücretli ve düşük vasıflı işler beklemektedir. Onlar iş piyasalarında ikincil iş gücü olarak görülmektedir (Memiş vd., 2007: 140).

Ülkemizin gerek geleneksel değer ve tutumlar, gerekse sosyo-ekonomik yapısından kaynaklanan nedenlerle kadınlar dezavantajlı duruma düşmektedirler. Ancak toplumsal yapımızdaki hızlı değişme, yaşamın her alanını olduğu kadar çalışma yaşamını da etkilemiştir. Çalışma yaşamında erkek egemenliği sarsılmaya ve kadın girişimcilerde bu alanda kendilerini gösterme imkânlarını bulmaya başlamışlardır (Bedük, 2005: 106-107). Bugün her ne kadar kadının ekonomik hayatta ve toplumsal ilişkilerdeki konum ve işlevine ilişkin geleneksel görüş ve inançların geçerliliği hissedilir derecede aşılmışsa da, bu konuda gerçek anlamda olması gereken evreye gelindiğini söylemek oldukça erkendir (Gürol ve Marşap, 2007: 102). Son yıllarda Türkiye’de girişimcilik kültürünün geliştiği kabul edilmekle birlikte; sosyo-ekonomik yapılanmadaki eksiklikler, toplumdaki cinsiyete dayalı rol ayrımı ve aile içi ataerkil üretim ilişkileri, kadın istihdamını arttırmanın önündeki en önemli engeller olarak göze çarpmaktadır (Çakıcı, 2003: 72).

1980’li yıllardan itibaren kadın girişimcileri konu alan araştırmaların sonuçları incelendiğinde, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunların yanında; kadın olmalarından dolayı erkeklerden farklı olarak birtakım problemler yaşamaktadırlar (Bedük, 2005: 113). Günümüzde ekonomik özgürlüklerini elde etmiş, kendi şirketlerinin sahibi konumuna gelmiş olsalar da, ev ve çocuklarla ilgili durumlar yine de onların sorumluluğundadır (Carter ve Shaw, 2006: 47). Kadınların daha çok evden yürütebilecekleri işlerde girişimde bulunmaları, erkeklere göre ev işlerinde daha büyük sorumluluk almalarının ve bu nedenle ev ile iş arasında bir zaman düzeni yapmaları gerekliliğinin sonucudur (Verheul vd., 2006: 158).

Girişimci kadınlar cinsiyetleri nedeniyle, toplumsal ilişkiler yönünden, kaynak temini yönünden, aynı zamanda ev işlerini de yürütmeleri gerekliliğinden, kültürel ve geleneksel dirençler gibi birtakım sebeplerden dolayı çeşitli engellerle

karşılaşmaktadırlar. Weiler ve Bernasek (2001), yaptıkları çalışmada kadın girişimciliğin önündeki en önemli iki engeli şu şekilde açıklamışlardır (Weiler ve Bernasek, 2001: 87):

- Kadınlara karşı sürdürülen ayrımcılığın azalmasına rağmen, uzun bir süredir etkili olan erkek işbirliğinin işe alma durumlarında hala hissedilmesi ve sürdürülmesi,
- Kadınların sahip olduğu işletmelerin erkek meslektaşlarına oranla daha zayıf bir şekilde işlemesi.

Ayaduraj'a (2004) göre gelişen dünyanın birçok bölgelerinde, kadın girişimciler erkek baskın sektörlerde girişimde bulunmakta, kesin bilgi sağlama hususunda zorluk çekmekte, büyümek için finans sorunu yaşamakta, ailevi sorumlulukları yerine getirme konusunda sıkıntı yaşamakta ve birbirlerini adeta tekrar etmektedir. Bu zorluklar işletme yönetiminde bilgi eksikliği, yetersiz kaynaklar ve yetersiz eş desteğiyle ikiye katlanmaktadır. Hookimsing ve Essoo (2003)'ün tanımlarına göre kadın girişimcilerin karşılaştığı 4 ana engel bulunmaktadır: izin alma zorluğu, pazar eksikliği, sermaye yetersizliği ve kadınların erkekler kadar ciddiye alınmaması. Woldie ve Adersua (2004)'ya göre ise kadınların başarısını etkileyen diğer zorluklar ise; rahatça pazarlık edebilmek ve müzakere edebilmek için etkili iletişim ihtiyacı, borçluların yönetimi, düzgün kayıt tutma ve ailevi sorumluluklarla beraber yürütülmesi gereken işlerdir. Yeterli eğitim ve öğretim eksikliği, yaş ayrımcılığı da diğer engellerdir (Boateng vd, 2010: 59). Bunun yanısıra, Dhillon ve Malhotra (1993), kadın girişimcilerin karşılaştıkları en büyük problemlerden birinin çalışanlarla ilgili olduğunu söylemişlerdir. Bunu aileyle ilgili taahhütler ve salt kadın olmalarından dolayı karşılaştıkları problemlerin takip ettiğini belirtmişlerdir (Güney, 2008: 253).

Birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları konu alan pek çok araştırma ve çalışma yapılmıştır. Bu araştırmaların ortak yanı ise kadınların, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunların yanı sıra bir de kadın olmaktan dolayı erkeklerden farklı olarak birtakım sorunlar yaşadığıdır (Narin vd., 2006: 71). Bu bağlamda aşağıda kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerinde kendilerini engelleyen faktörler, çalışma yaşamında karşılaştıkları zorluklar dört başlık altında toplanmaktadır:

### 2.2.3.1. Sermaye teminindeki sorunlar

Girişimcilerin en önemli başarısızlık nedenlerinden birisi de, yetersiz sermayedir. Günümüzde, özellikle işletme sermayesi yetersizliği nedeniyle işletilmeyen, atıl bekleyen ve düşük kapasite kullanım oranıyla çalışan pek çok kuruluş bulunmaktadır (Küçük, 2010: 62). Sermaye yetersizliği, işletmelerin atıl kapasite ile veya düşük kapasite ile çalışmalarına yol açabilmektedir. Gerekli araştırmalar özen gösterilmeden yapılarak işletme kurmak veya araştırma yapmayı yük olarak algılamak, sermaye yetersizliğine yol açacak en bariz nedenlerdendir. Böyle durumda sermaye, ya işe başlamadan ya da işe başladıktan sonra kara geçmeden biter. Akabinde de yüksek maliyetlerle borçlanma ve ödeme güçlükleri ortaya çıkar (Tikici ve Aksoy, 2009: 53).

Hisrich ve Peters (2002)'e göre, girişimin başlangıcında finansman için başvurulacak kaynaklar, erkek ve kadın girişimciler için farklı olmaktadır. Erkek girişimciler girişimlerinin başlangıç aşamasında çekirdek sermayeleri yanında finansman kaynağı olarak yatırımcı ve bankalardan da kredi temin edebilirken, kadınlar genelde sadece kişisel varlık ya da birikimlerinden yararlanmayı tercih etmektedirler (Hisrich ve Peters, 2002: 76).

Türkiye'de yapılan istatistiksel araştırmalar, kadın girişimcilerin ticaret hayatına girerken, en çok zorlandığı konuların sermaye bulma ve iş eğitimi olduğunu ortaya koymuştur. Ülkemizdeki kadınların büyük bir bölümü küçük ölçekli işletmeler kurmaya gayret gösterirken, uluslararası ticaret arenasında faaliyet göstermek için girişimde bulunan kadınların sayısı da çok fazla değil. Durum böyle olunca da risk yönetimi kadın girişimcilerin en büyük sorunu olarak ortaya çıkmaktadır ([www.kadingirisimci.com](http://www.kadingirisimci.com)).

Gordon (2000) ve Ayaduraj (2004)'a göre, yapılan çalışmalarda, ABD'de kadın girişimcilerin sermaye ve bilgi bulma zorluğu yaşamakta olduğu, Kore'de kadın girişimcilerin, girişimciliğin diğer zorluklarının yanında finans bulma ve aile-iş dengesini kurma zorluğu yaşadığı, Endonezya'da ürünlerini ihraç etmekte zorluklar yaşadığı ortaya çıkmıştır. Maysami (2000)'e göre ise diğer yaygın problem bankaların, tedarikçilerin ve müşterilerin erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin yeteneklerine daha az güvenmesidir. Kadın girişimciler pazarlama ve işçi bulma zorlukları yaşadığında ailevi sorumluluklar ve iş sorumlulukları yüzünden gerilim yaşamaktadır (Boateng vd, 2010: 59).

Rouse ve Jayawarna (2006), daha düşük gelirleri olan ailelerin ve çevrelerin, resmi olmayan destek kaynaklarına daha az ulaşabileceklerini savunmuşlardır. Bu destek parasal yönden ya da girişimcilerin ihtiyaçlarına yardımcı olabilecek her şekilde olabilir. Çoğu zaman kadınlar cesaretsiz oldukları için, banka veya benzeri kuruluşlardan para desteği sağlama noktasında birtakım sorunlarla karşılaşmaktadırlar (Garba, 2011: 44). Irwin ve Scott (2010), kadının eğitiminin ve kurulan ağların sermaye ve finans ihtiyacını karşılamada çok önemli unsur olduğunu savunmuştur. İnsan sermayesi teorisi açıkça, eğitilmiş ve tecrübeli girişimci kadınların finans ve sermaye sağlamasında daha şanslı olduklarını belirtmiştir (Garba, 2011: 45). Yapılan birçok çalışmada işletmelerin başarılarında ölçüt olarak finansal yapıları ve kredi bulmadaki kolaylıkları gelmektedir (Taylor ve Newcomer, 2005: 24).

Aynı zamanda, kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile bankaya kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri, kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilebilir (Soysal, 2010: 98). Bu nedenle kadınların girişimci olmaya başlamasının en çok desteklendiği veya engellendiği nokta işletmenin kurulması için finansal kaynak temin edebilme durumudur. Kadınlar girişimci olmaya karar verdikten sonra, banka kredisi dışındaki farklı finans kaynaklarına yönelmektedirler. Erkeklerle kıyaslandığında kadınlar, bankaya borçlanmaktan ziyade, daha düşük başlangıç kapitali, daha düşük sermaye oranları kullanırlar (Minniti ve Arenius, 2003: 26).

Kadın girişimciler, kendi mallarını ve hizmetlerini üretebilmek için tamamlayıcı kaynaklara gereksinim duymakta ve özellikle iş kurma aşamasında tamamlayıcı kaynak desteğini resmi olmayan kaynaklardan edinmektedirler. Akrabalar kadın girişimciler için önemli sosyal destek sağlayıcı kaynaklardır (Yetim, 2002: 87). Kredi koşullarının kolaylaştırılması, sektör sınırlamalarının kaldırılması, prosedürlerin hafifletilmesi, bilgilendirme faaliyetlerinin artması bireyleri girişimci olmaya teşvik edecek yaklaşımların benimsenmesi ekonomik değer yaratıcı olarak kadınların var olmasını sağlayacak sermaye yetersizliğini önleyebilecek önlemler olarak önem kazanmaktadır (Başol, 2010: 67).

### **2.2.3.2. Ticari ve yönetsel tecrübe eksikliği**

Her girişimci aynı düzeyde ticaret bilgisine sahip olamamaktadır. Kimi girişimciler aileden gelen bir ticaret bilgisine sahipken, kimisi de bu konuda eğitim



olarak belli bir birikime sahip olabilirler. Oysa hiçbir eğitim almadan ve ticaret altyapısına sahip olmadan da bazı kişiler, yatırım yapabilmektedirler (Küçük, 2010: 63). Ancak, yoğun rekabet ortamında başarısız olmamak için belli bir bilgi birikimine sahip olmak gereklidir. Alınan teorik eğitimin mutlaka gerçek iş yaşamındaki uygulamalar ve tecrübelerle de desteklenmesi gerekmektedir (Tikici ve Aksoy, 2009: 53).

Yönetim; belli bir takım amaçlara ulaşmak için başta insan kaynakları olmak üzere, parasal kaynakları, demirbaşları, alet-teçhizat, hammadde ve yardımcı malzemeler ve nihayet zaman faktörünü birbiriyle uyumlu ve etkin kullanmaya olanak verecek kararlar alma ve bunları uygulatma süreçlerinin toplamı şeklinde ortaya çıkar (Şimşek, 2001: 7). Yönetim, sadece beşeri faktörlerin değil, işletmedeki tüm kaynakların planlanmasını, yönlendirilmesini ve koordine edilmesini içeren, geniş kapsamlı bir kavramdır. Deneyim ise, bir süreç boyunca insanların karşılaştıkları olay ve durumlar sonucunda elde etmiş oldukları, çoğu öğrenilerek elde edilemeyecek olan kazanımları ifade etmektedir. Yönetim yeteneği deneyim ile birleştirildiğinde ise girişimci, sorunların üstesinden rahatlıkla gelebilecek, yeni durumlara kendisini ve işletmesini, uyarlayabilecektir (Küçük, 2010: 56). Yönetim becerisi eksikliğinden dolayı birçok kadın işlerini büyütmede başarısız olmaktadır ve işlerine aile işleriymiş gözüyle bakmaktadır ve nadiren yürütmektedirler. Belki de bu, sadece ailenin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla işe başladıklarından kaynaklanmaktadır (Garba, 2011: 43).

Girişimcilikte, fırsatların tanımlanmasından işin performansına kadar tüm aşamalar tecrübe ile ilgilidir. İnsan sermaye teorisi, yüksek kalitedeki insani sermaye ile işletmenin, yüksek performansa ulaşabileceğini önermektedir. Bu anlamda insan sermayesi, bilgi ve yetenekleri başarılı bir şekilde keşfetmede ve fırsatları değerlendirmede işletmelere yardım etme ile ilgilidir (Soysal, 2010: 102). Gelişmiş ekonomilerdeki araştırmalar, kadınların girişimcilik faaliyetlerinde tecrübe eksikliği yaşadıklarını göstermiştir ( Soysal, 2010: 102; OECD, 2004: 43).

Deneyim, objektif stratejilere, uygun insan kaynaklarına ve örgütsel kaynaklara ulaşmada oldukça önemlidir (Kisfalyi, 2002: 493). İşletmeler artık oldukça karmaşık bir yapıya bürünmüşler, bunun sonucu olarak da işletme fonksiyonlarının yerine getirilmesi, ayrı ayrı uzmanlıkları gerektirmeye başlamıştır. Yönetim ve diğer işletme fonksiyonları konusunda belli bir bilgiye sahip olması, her bir işletme fonksiyonu için yeterli bilgiye sahip, deneyimli personeli istihdam etmesi

gerekmektedir (Küçük, 2010: 63). Ticari deneyim edinmede, kişilerin her şeyi kendi başlarına öğrenmek yerine başkalarının deneyimlerinden yararlanarak öğrenmeleri zaman kazanmak ve sarf edilen emek açısından önemlidir. Yönetmel deneyimin edinilmesi de benzer yollardan biri olabilir. Kişi ya çalıştığı iş yerinde bizzat yönetici olarak ya da bu olanağa sahip değilse çalıştığı işletmenin yöneticilerini gözlemleyerek, onların çalışma yöntemleri hakkında bilgi edinebilir (Koç, 2005: 62).

### 2.2.3.3. Toplumun iş kadınına bakışı

Türkiye’de değişen sosyal, ekonomik ve kültürel etmenlere karşın değişmeyen “kadın olma gerçeği” kadının tüm toplumsal ilişkilerini belirlemektedir. Çok güçlü bir ataerkil aile yapısı ve cinsiyet ayrımı kadın için geçerli kuralları ve rolleri oluşturmaktadır. Bu toplum yapısı içinde kadın için “evlilik ve aile” vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Kadına en uygun yer ev ve en uygun iş de çocuklarına bakmak ve kendi evinin işlerini yapmaktır düşüncesi, Türk toplumunda kültürel olarak ağırlıklı bir yer taşımaktadır. Buna göre esas evi geçindirecek olan erkektir (Bedük, 2005: 107).

Kimi geleneksel, ataerkil aile yapıları girişimciliği perdelemektedir. Ataerkil aile/toplum yapılarında, ailenin etkisi, anne-babanın sıkı denetimi ve itaat kültürü çok baskındır. Bu yapı içinde yenilikçiliğe açık, bireysel başarının hedeflenmesi, dinamizm, üretkenlik, risk almak gibi girişimciliğe özgü değerler ön planda değildir. Geleneksel aile düzeni, anti girişimci tiplere açıklık gösteren bir sosyalize ünite olma özelliği sergiler (Aytaç ve İlhan, 2007: 108).

Bazı kültürlerde ve toplumlarda kadının rolü tarihsel olarak evle ve aile korumasıyla kısıtlanmıştır. Bu durumda, onların girişimsel potansiyellerinin kısıtlandığı gibi, girişimsel riske girme beklentileri de erkek meslektaşlarına kıyasla daha azdır. Kadının yetki boyutu bir toplumdan diğer topluma göre değişir, bazılarında kadının rolü yalnızca ilaveyken, bazılarında aileyi yönetmek ve temel ihtiyaçlarının temin etmektedir (Garba, 2011: 42).

Kadınlar için, girişimciliğe cüret etmeye karar vermek, bazen aile yapısına bağlıdır. Kadınların aileleri, onların girişimsel yaşantıları üzerinde müthiş bir etkiye sahiptir. Evli kadınlar çekirdek ailelerinin ve kocalarının etkisiyle karşı karşıya kalırlar. Bu etkiler bir toplumdan diğer topluma değişebilmesine rağmen; aile, kadınların kararı üzerinde etkilidir. Bazı ailelerde kocanın kararı kadınınkini bastırırken, bazılarında kadın kocasıyla ortaklaşa karar alır. Bazı durumlarda kadın

ne yapılması gerektiğine tek başına karar verir. Kadının söz hakkının daha az olduğu bir durumda, bu onun girişimsel faaliyetteki ilgi ve karar verme boyutunu başka biri tarafından belirleneceği anlamına geliyor. Evli olmayan kadınlarda durum farklı olabilir, çünkü etki bir taraftan özellikle onun anne-babası ve kardeşlerinden gelir.

Brush vd. (2009) girişimciliğin yer aldığı çevrelerin, bir şekilde imkânların bilinmesiyle bağlantılı olduğunu söylemiştir. Örneğin, kadın girişimciler için bir imkânı belirlemek, büyük ölçüde toplumun onların rollerini nasıl belirlediklerine bağlıdır. Eğer toplum kadınların rolünü sadece aile sorumluluğu olarak belirlerse, bu üstü kapalı olarak sosyal değerlerin kadın girişimciliğine daha az önem verdiği anlamına geliyor. Bu tür toplumlardaki kadın girişimciler pazar yerlerindeki bu fırsatları tamamen keşfetme ve tanıma yeteneklerinde zorlanabilirler (Garba, 2011: 41).

#### **2.2.3.4. Pazara ulaşılabilirlik**

Kadınlar işlerine mikro seviyede başlasalar bile, işlerini geliştirebilmeleri ve bunu devam ettirebilmeleri için pazar önemli bir unsur olmaktadır. Annelik statüleri düşünüldüğünde, kadın girişimcilerin pazar yeri bulmaları zor olmaktadır. Ev işleriyle girişimlerini verimli şekilde yürütebilmek için, pazar yerlerini daha çok evlerine yakın yerlerle sınırlandırır. Pazar yeri, özellikle uzak kırsal kesimlerde ve ülkenin kapalı alanlarında yaşayan kadınlar için zora sokan bir durum olmuştur. Bu durum, onların işlerini genişletmelerini engeller. Erkekler de bazı kısıtlamalardan muzdarip olabilirler ancak devam etmek ve iş genişletmek için kadınlara oranla pazar fırsatlarına ulaşmakta daha özgürlerdir (Garba, 2011: 42).

#### **2.2.3.5. Bürokratik engeller**

Kadınların çalışma yaşamına girmesi veya girdikten sonra işte devamları konusunda yasalarda cinsiyete dayalı ayrımcılık söz konusu olmamakla birlikte (2003 yılında yürürlüğüne giren Yeni İş Kanunu) belli iş ve mesleklerin kadınlara uygun işler olarak toplumsal kabul görmemesi, görev dağılımında adil davranılmaması, ekonomik kriz dönemlerinde önce kadınların işten çıkartılması, özellikle kayıt dışı sektörde ücretlerin düşük tutulması gibi bazı ayrımcılık örnekleri ile karşılaşılabilir (Soysal, 2010: 101).

Kadın girişimciliğini engelleyen unsurlardan biri olarak bürokratik engeller incelendiğinde, kurumsallaşmaya karşı tutum bunun önemli örneklerinden biri

olmaktadır. Birçok girişimci kurumsallaşma işlevini; karar alma sürecinin uzaması olarak görmektedir. Ülkedeki bürokratik yapının kurumsallaşmayı teşvik edememesinin en belirgin nedeni; kadın ve erkek girişimcilerin hantal bürokratik yapıya gidileceğine ve tekrarların yaşanacağına olan inancıdır (Baraz, 2006: 126).

Yasalarda kadının mesleğini icra edebilmesini, serbest girişimde bulunmasını engelleyen, onlara ket vuran hükümler gelmektedir (İsviçre ve Alman medeni yasalarında dahi, bir zamanlar kadının bu alandaki faaliyetlerini eşinin iznine bağlayan hükümler mevcuttu). Kadının ev dışı bir işletme kurarak, onu faaliyete geçirmesi, bu yolla üretime katkıda bulunması birçok kültürde bugün de pek olağan bir davranış biçimi olarak nitelendirilmemektedir. Toplumun erkek bireyleri bir tarafa, bu tür girişimler kendi hemcinsleri tarafından dahi onay görmemekte, yadsınmaktadır. Finansman kuruluşları kredi amacı ile başvuran girişimci kadına karşı erkeklere olduğu kadar sıcak bakmamakta, girişimci kadının ulusal bazda örgütlenmesi ya hiç gerçekleşmemekte veya yetersiz kalmaktadır (Gürol ve Maşrap, 2007: 102). Çoğu kadın kredi veren kurumlara finansal teminat gösterememesi nedeniyle kredi alamamakta, kredi alma aşamasındaki bürokratik engeller kadınları vazgeçirmekte ya da bir başkasının yardımını almak zorunda bırakmaktadır. Bu engellemeler nedeniyle kadınlar çoğunlukla kişisel birikim ile eş ve ailelerinin yardımıyla iş kurabilmektedirler (Güney, 2008: 253).

#### **2.2.4. Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği**

Günümüz dünyasında kadının yer almadığı, bir üyesinin bulunmadığı hiçbir meslek ve faaliyet alanı kalmamış gibidir. Ancak yirminci yüzyıl öncesi birçok toplumda belli uğraş türleri yalnızca erkekler için söz konusu olmaktadır. Emeğin bu tür bir ayrıma tabi tutulması ile erkek evin dışında hane halkının yaşamı için gerekli kazancı temin etme çabası gösterirken, geri planda kalan kadın evin bakımı, yiyecek ve giyeceklerin hazırlanması ve çocukların yetiştirilmesini üstlenmişti (Gürol ve Maşrap, 2007: 95).

Kadınlar iş gücüne değişik şekillerde katılmaktadırlar. Bununla birlikte gerek Türkiye’de gerekse tüm dünyada cinsiyet-rol stereotiplerinin de etkisiyle kadınların iş yaşamına katılımı belirli meslekler de yoğunlaşmıştır. Kadınlar daha çok hemşirelik, öğretmenlik, kütüphanecilik, sekreterlik gibi mesleklerde yoğun olarak çalışırken, doktorluk, mühendislik, avukatlık, yöneticilik gibi meslekler erkek mesleği olarak kabul görmüştür (Güney, 2008: 244).

Genel olarak Türkiye’de nüfusun yapısı ve çalışan kadınlarla ilgili temel verilerden yola çıkılarak bir değerlendirme yapıldığında, mevcut ekonomi modelinde ve sosyal politika uygulamalarında, ücretli çalışan kadın sayısının artmasının kolay olmadığı gözlenmektedir. Çalışma çağındaki nüfus artışının gerisinde kalan işgücü talebi giderek azalmaktadır (Bedük, 2005: 108).

2009 yılı itibariyle, Türkiye’de kadınların işgücüne katılma oranı yüzde 23,5’tir. Buna karşılık, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı ve Avrupa Birliği-19 ülkelerinde kadınların ortalama işgücüne katılma oranı 2007 yılı itibariyle sırasıyla yüzde 62 ve yüzde 64’tür. Türkiye’de kadınların İşgücüne Katılımı ile ilgili yapı, ülkenin 1980’lerden bu yana yaşadığı birçok sosyal ve ekonomik değişiklikler bağlamında yorumlanmalıdır. Türkiye halkı daha eğitilmiş hale geldikçe, Ülkenin orta sınıfı genişledikçe ve ülkede kentleşme arttıkça, aileler ve özellikle kadınlar yeni zorluklar ve yeni yaşam tarzları ile karşı karşıya kalmaktadır. Geleneksel olarak, kırsal alanlardaki kadınlar aile çiftliklerinde çalışmışlardır. Ancak, hizmet ve imalat sektörlerindeki daha çekici fırsatlar arttıkça, aile tarımı ve geçimlik tarım giderek önemini yitirmiştir (Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı, 2009: 12).

Türkiye’de kadınların işgücüne katılımındaki düşüşün önemli bir sebebi, kırsal alandan kentsel alana göç olmuştur. Son 30 yıldır Türkiye’de işgücüne katılım oranının istikrarlı bir şekilde düşmeye devam etmesi şaşırtıcıdır. 1988 yılında kadınların işgücüne katılma oranı yüzde 34,3 iken, bu oran Ocak 2009 itibariyle yüzde 23,5’e düşmüştür. Türkiye 1988’den bu yana hızlı bir kentleşme süreci yaşamıştır. Kırsal alanlarda kadınların işgücüne katılımının kentsel alanlardan çok daha yüksek olduğunu belirtmek gerekir. Daha fazla kadın yüksek işgücü katılımlı bir kırsal ortamdan düşük katılımlı bir kentsel ortama taşındığından dolayı, kentleşme kadınların işgücüne katılımındaki düşüşe katkıda bulunmuştur. Fakat kentleşmenin ve eğitim durumundaki iyileşmelerin bir sonucu olarak, bugün kadınların çalıştığı işlerin türleri yirmi yıl önce çalıştıkları işlerden çok farklıdır. 1988 yılında, Türkiye’deki tüm kadınların yüzde 71’i temel olarak tarım sektöründe ücretsiz aile işçisi olarak istihdam etmekteyken, 2006 yılına gelindiğinde bu oran yüzde 38’e düşmüştür. Bu düşüş kırsal alanlardaki çalışan kadınların istihdam kalitesinin iyileştirilmesine de katkıda bulunmuştur (Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı, 2009: 10-15). Özetlenecek olursa kadın istihdamı kırdaki hızla gerilemekte, kentteki artış bu gerilemeyi telafi etmemekte, özellikle genç kadın nüfus işsizlikten olumsuz etkilenmekte, iş bulma umudunu yitirdiğinde işgücü dışına çıkmaktadır.

Özellikle genç ve eğitimli kadın kitlesine istihdam fırsatlarının yaratılması için somut adımlar atmak aciliyet taşımaktadır (Toksöz, 2007: 8).

Türkiye’de kadınların çalışma yaşamına katılmaları 1843 yılında Tıbbiye Mektebi bünyesindeki kadınların ebelik eğitimi almaya başlamalarıyla gerçekleşmiştir. 1856 yılında kadınların köle ve cariye olarak alınıp satılmaları yasaklanmıştır. 1870 yılında yayınlanan Maarif-i Umumiye Nizamnamesi ile kız çocuklarının eğitimi zorunlu hale getirilirken ilk kız öğretmen okulu Dar-ül Muallimat da bu dönemde açılmıştır. 1877 yılında Mecelle içerisinde iş ilişkileri İcare-i Adem başlığı altında düzenlenmiş ancak bu düzenlemede kadınları koruyucu hükümler yer almamıştır (Türkiye’de Kadın Girişimci, 2007 Durum Raporu: 2).

Sanayi devriminin 1750’den 1914’e kadar olan gelişim sürecinde, evdeki kadınlar ücretli iş gücü piyasasına girmişlerdir. Bu gelişme, işgücü piyasasında emek arzı ile cinsiyet ilişkisini gündeme getirmiştir. Kadınların ücret karşılığı bir işte çalışması, kadını aile içinde özgürleştirirken, cinsiyete uygun yeni ve farklı çalışma alanlarını da beraberinde getirmiştir (Altun vd., 2008: 1).

Kadınların işgücüne katılımı konusunda çalışma ve çabalar, 1980’lere kadar ekonomik büyüme ve refaha katkıları açısından olumlu şekilde değerlendirilmeyen küçük işletme girişimciliğinin desteklenmesi ile mümkün olmuştur. Bu çerçevede siyasi, ekonomik ve toplumsal gerekçelerle küçük işletme girişimciliğinin yaygınlaştırılması, geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yeterliliklerinin ve yeteneklerinin sağlanması yönündeki eğilimler ve bunları destekleyen uygulamalar gittikçe yoğunluk kazanmıştır (Yelkikalan, 2006: 50).

Türkiye’de modernleşme hareketi 19 yy.’da Endüstriyel etki ve Fransız devriminin etkisi altında Osmanlı devleti dönemlerinde başlamıştır ve Kurtuluş Savaşı sonrasında da devam etmiştir ve bu da Türkiye’de ki kadın haklarının gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. İş yerindeki cinsiyet eşitliği, modernleşme ve batılılaşma prensipleri çevresinde şekil alan hükümet kanunları aracılığıyla artırılmıştır. İslam aile hukuku, kadının toplumdaki yerini geliştirmeye çalışan reformlar tarafından engellenmiştir. Aile hukukundaki değişiklikler Orta Doğu’daki sosyal değişimin önemli bir işareti olarak görülmüş, bu aynı zamanda feminizmi de ortaya çıkarmıştır.

Türkiye’de kadınlar 1920’lerde ödenekli kurumsal çalışma alanlarına girmeye başlamış olmalarına rağmen sosyal güvenlik sistemi, Türk kadını için 1940’ların başlarında gerçekleşmiş ve ilk kez bu tarihte kurumsal emeklilik

sisteminden faydalanmıştır. Her ne kadar sistem, sınırlı ve dar kapsamlı olsa da birçok araştırmacı bu dönemi cinsiyet eşitliği açısından Türk feminist hareketi için yeni bir çağ olarak nitelendirmiştir. 1920’li yıllarda Atatürk’ün devrimiyle başlayan kadınların toplum içerisinde erkeklerle eşit statü kazanmaları 1950’ler de hız kaybetmiş ve 1988 yılındaki boşanma ile ilgili değişikliğe kadar herhangi bir ilerleme olmamıştır (Asilbey, 2008: 7).

Türkiye’nin çok yönlü bir toplum olması gibi, kadın gerçeğinin de birden çok yüzü bulunmaktadır. Doğusu ve batısı ile değişen, aile, eğitim, iş ve çalışma koşulları Türkiye’de tüm insanlar için olduğu gibi çalışan kadınların yaşam koşullarını değiştirmektedir. Kadınların geleneksel olara kendilerine biçilen “kadınlık ve annelik” rollerinden sıyrılıp; ev kadınlığı dışında bir meslek edinme çabaları hem kadınlar için hem toplum için çözülmesi gereken sorunları gündeme getirmiştir. Kadınlar, meslek yaşamlarında erkek rakipleri ile yarışmalarının yanı sıra kadınlık rollerini de aksatmamaya çalışarak; iki misli sorumluluk üstlenerek özgürleşmenin bedelini ağır bir şekilde ödemek durumunda kalmaktadır (Bedük, 2005: 106).

Türkiye Cumhuriyeti’nin modernleşme politikaları ile yaratılan fırsatların çoğundan yararlanan modern kadınların yanı sıra kırsal kesimlerde bu değişikliklerden hiçbir şekilde etkilenmeyen büyük bir eğitimsiz kadın grubu vardır. Kadınlar hala ailelerin ve ataerkil geleneksel değerlerin etkisi altındadır. Ayrıca, köylerden büyük şehirlere yapılan büyük göçler, ev hanımlarının yanı sıra aile tarlalarında işçi olarak çalışan ve ekonomik özgürlüğe sahip olan eğitimsiz birçok Türk kadınıyı şehirlere taşımıştır. Bu göç eden kadınlar, tekrar ekonomik olarak aktif olur olmaz iş yoğun endüstrilerde veya resmi olmayan işlerde (temizlik işleri gibi) düşük ücretle çalışmaya başlamışlardır. (İnce, 2010: 60).

Türkiye’de de son yirmi yıldır kadınların ekonomik statüsünün güçlendirilmesi konusuna yönelik ilgi artmıştır. Kadınların ücretli istihdamdaki paylarının artırılmasına ve mesleki statülerinin geliştirilmesine yönelik çeşitli yaklaşımlar ve öneriler geliştirilmiştir. Bunların arasında en yaygın kabul görenlerden biri, kadın girişimciliğinin desteklenmesidir. 1990’ların ilk yarısında kadınların küçük işletmelerini kurmalarına destek verilmesi, ücretli istihdamın yanı sıra, kadınlara ekonomik getiri sağlamanın uygulanabilir yolları arasında görülmüştür. (Ecevit, 2007: 39).

Ülkemizin gerek geleneksel değer ve tutumlar, gerekse sosyo ekonomik yapısından kaynaklanan nedenlerle kadınlar dezavantajlı duruma düşmektedirler. Ancak toplumsal yapımızdaki hızlı değişme, yaşamın her alanını olduğu kadar çalışma yaşamını da etkilemiştir. Çalışma yaşamında erkek egemenliği sarsılmaya ve kadın girişimcilerde bu alanda kendilerini gösterme imkânları bulmaya başlamışlardır (Bedük, 2005: 106). Kadınların girişimci olmak için karşılaştıkları dezavantajları yaratan geleneksel ve yetiştirilme tarzına dayalı faktörler bazen onlar için avantajlı durum da ortaya çıkarabilmektedir. Çünkü kadınlar küçük yaştan itibaren aile içinde sorumluluk alır ve yönetmeye başlarlar. Erkek çocukların aksine kız çocuklar kardeşlerine bakar, ev işlerini idare eder; ev halkına hizmet eder. Yönetim işini küçükten öğrenen kadınlar, iş hayatında avantajlı hale gelirler. Çocukluktan gelen ve evlilik ve çocuk bakımı gibi yükümlülüklerle devam eden yoğun hayat onların aynı anda birkaç işi birden yapmalarını sağlayan bir yetenek geliştirmelerine yol açar.

Bugün, geleneksel olarak erkeklerin egemen olduğu iş alanları da dahil olmak üzere, bütün alanlarda kadınlara daha iyi iş ve meslek olanaklarının sunulmasını sağlayacak politikaların üretilmesi için kamu ve sivil toplum belirli bir mesafe kat etmiş bulunmaktadır. Türkiye'deki bankacılık sektörü kredi politikalarında kadınların tasarruf ve kredi eğilimlerini dikkate alan çalışmalar yapmıştır. Kadın kuruluşlarının da kadın girişimciliğinin desteklenmesine önem veren faaliyetleri ile kadın girişimciliği konusunda önemli bir bilgi birikimi, deneyim ve anlayış oluşmuştur. Ülkemizde kadın girişimciliğinin desteklenmesi, geliştirilmesi ve yönlendirilmesi amacıyla, kamu, özel sektör, meslek kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları tarafından gerçekleştirilen ve halen yürütülmekte olan önemli projeler (İŞKUR, KOSGEB, AB İş Geliştirme Merkezi, TESK, KAGİDER, KEDV, GAP Bölgesel Girişimci Destekleme Merkezi, KADAV vb.) ve çalışmalar bulunmaktadır ([www.yerelgundem.com](http://www.yerelgundem.com)).

### **2.2.5. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Faktörler**

Bu bölümde ilk olarak kadınların girişimciliğe yönelmesinde etkili olan faktörlere yer verilecek ve daha sonra girişimci kadınlar ve kadınların girişimciliğe yönelmesinde etkili olan faktörlerin ele alındığı geçmiş çalışmalar için literatür özeti sunulacaktır.



Günümüzde çok sayıda kadın, kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma isteği, risk almaya yatkınlık, yenilik ve değişiklik arzusunu tatmin etme vb. şekilde ifade edilebilecek nedenlerden dolayı girişimcilik mesleğini, bir anlamda diğer mesleklere “tercih eder” duruma gelmişlerdir (Güney, 2008: 245). Girişimciliğe olan ilginin artmasının nedenleri arasında; küçük işletmelerin yenilik ve istihdam yaratmada oynadıkları önemli rolün fark edilmesi, girişimcilere yönelik yoğun medya ilgisi, girişimcilerin sayısının medyada yer alanlardan çok daha fazla olduğunun farkına varılması, büyük şirketlerin bireyin kendini kanıtlanmasına yeterince olanak tanımadığı görüşü, istihdamın yapısındaki değişim (daha çok sayıda kadının aktif çalışma yaşamına katılması ve çift gelirlili ailelerin sayısındaki artış ve kadın girişimcilerin sayısındaki artış, erkek girişimcilere oranla kadın girişimcilerin sayısı üç kat hızlı artmaktadır) sayılabilir (Yılmaz ve Günel, 2011: 7).

Kadın girişimcilerin giderek çoğalmasını çeşitli nedenlere bağlamak mümkündür. Birinci olarak, sosyo-kültürel altyapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının çalışma hayatına girmesi ve öğretim düzeylerinin yükselmesi, ikinci olarak, orta yönetim kadrolarında bulunan kadınların çalıştıkları şirketlerde personel azaltma politikası izlemesi endişesi taşımaları ve bir gün işlerini kaybedecekleri düşüncesi ve dolayısıyla kendi kendilerinin patronu olmayı arzulamaları, üçüncü olarak başarılı kadın girişimcilerin sayısının artması ile örnek alabilecekleri kimselerin çoğalması, dördüncü olarak da, birçok işletmede “cam tavan” olarak adlandırılan ve kadınların işletmelerde ancak belli bir yere kadar yükselebilecekleri düşüncesinin geçerli olması, yani iş dünyasının hala erkeklerin egemenliği altında bulunmasıdır (Güney, 2008: 245).

Onural, Türkiye’de girişimci kadınların iş kurma nedenlerini şu şekilde ifade etmektedir (Güney, 2008: 250):

- Zamanı daha iyi kontrol altına alıp, çocuklarıyla daha fazla ilgilenebilmek,
- Çalıştığı iş yerinde hak edilen konuma gelinebilmesi sonucunda istifa edip, iş bulamayınca kendi işini yaratmak,
- Eşinin ölümü veya işten çıkarılması sonucunda aileyi ayakta tutabilmek için iş kurmak,
- Kendi kendisinin patronu olma isteği.

Onural bu faktörleri, itici ve çekici faktörler olarak ikiye ayırarak, itici faktörleri, kadınları kendi işlerini kurmaya mecbur eden eşin ölümü ve boşanma şeklinde tanımlamış, çekici faktörleri ise konuya ilgi, mücadele ruhu, istek ve pazar fırsatı yakalamak şeklinde ifade etmiştir.

Kadınları girişimci olmasında etkili olan sebeplerden birisi de hükümetler tarafından kadınların yerel ekonomiyi kalkındırmada önemli bir aktör olarak görülmesi politikasıdır. Bu politikada özellikle yerel aktörler içerisinde yer alan potansiyel kadın girişimcilerin yönlendirilmesi, teşvik edilmesi ve güçlendirilmesi öngörülmektedir. Böylece özellikle kırsal alanda ekonomik faaliyetlerde yeterince yer alamayan kadınların mikro finans yöntemi ile gelir elde etmelerinin sağlanması amaçlanmıştır. Çünkü iş hayatında erkeklere göre kadınların yeterli öz sermayeye sahip olmadığı veya başlangıç için gerekli finansmana ulaşamadığı bir gerçektir (Soysal, 2010: 91).

Girişimci kadın olmak, kadına çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık imkanı verdiği gibi, yine kadının, işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, insanlar arası ilişkileri kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi alanlarda da beceri kazanmasını sağlamaktır (Çiftçi, 2010: 48).

Günümüzde; ekonomik, politik ve sosyokültürel faktörler kadınları, girişimciliğe yöneltmektedir. Özellikle kadın girişimciliğine ve kadınların iş yaşamına katılmasına ilişkin politika, gelenek ve tutumlar etkili olmaktadır. Buna ilave olarak kişisel faktörler de eklenebilmektedir. Bunun yanı sıra kadın girişimcilerin homojen bir grup olmadıkları unutulmamalıdır (İyicil, 2006: 31).

Girişimciliğin bireyler tarafından bir seçenek olarak değerlendirilmesini etkileyen faktörler, çekici faktörler ve itici faktörler olmak üzere iki grupta incelenmektedir.

### **2.2.5.1. İtici faktörler**

İtici faktörler, doğrudan girişimciliğin doğasından kaynaklanmayan; bireylerin yaşam koşullarına bağlı olarak girişimciliği onlar için çekici hale getiren faktörlerdir (Yılmaz ve Günel, 2011: 7). İtici faktörler, başka alternatifinin olmaması, hali hazırda bulunan işten memnuniyetsizlik, yeni iş bulmada yaşanan zorluklar (Orhan ve Scott, 2001:233) gibi bireyleri girişimciliğe zorlayan, olumsuz olarak da nitelendirilen faktörlerdir (Özdemir, 2010: 120). Geçmişte yapılan çalışmalarda; mesleki

tatminsizlik (Shapero ve Sokol, 1982; Sexton ve Vasper, 1982; Hisrich ve Brush, 1986; Ismail, Shamsudin ve Chowdhury, 2012; Zapalska, 1997; Özdemir, 2010), finansal zorluklar (Ivancevich, Konopaske ve Matteson, 1997; Gelin, 2005; Ismail, Shamsudin ve Chowdhury, 2012; Konrad ve Langton, 1991; Zapalska, 1997; Ufuk ve Özgen, 2001; Yetim, 2002; Çakıcı, 2006; Boateng, Isabalija ve Indome, 2010; Afza, Osman ve Rashid, 2010; Fuad, Bohari ve Hin, 2011), aileye destek (Ivancevich, Konopaske ve Matteson, 1997; Gelin, 2005; Ismail, Shamsudin ve Chowdhury, 2012; Konrad ve Langton, 1991), boşanma (Shapero ve Sokol, 1982; Sexton ve Vasper, 1982; Hisrich ve Brush, 1986), can sıkıntısı (Shapero ve Sokol, 1982; Sexton ve Vasper, 1982; Hisrich ve Brush, 1986), cam tavan sendromu (Okafor ve Amalu, 2010), cinsiyete bağlı ayrımcılık (Hughes, 2003; Ivancevich, Konopaske ve Matteson, 1997; Gelin, 2005) kadınların girişimciliğe yönelmesinde etkili olan itici faktörler olarak belirlenmiştir. Kadınları girişimciliğe yönlendiren itici faktörlerden gibidir.

#### **2.2.5.1.1. Boşanma**

Boşanma, girişimci kadın ile eşi arasında ilişkilerini sürdürmede farklı nedenlere bağlı olarak uzlaşmazlık yaşamaları durumunda tarafların karı-koca olarak hiçbir bağı kalmaksızın evliliğini yasal olarak sona erdirmesi ve kadının kendinin ve çocuklarının geçimini sağlamak için herhangi bir sektörde girişimde bulunması durumudur.

#### **2.2.5.1.2. Finansal zorluklar**

Finansal zorluklar, girişimci kadının kendi yaşamını sürdürebilmesi, ailesine (anne, baba, kardeş vs.) ya da evli ise eşine, çocuklarına maddi olarak destek olabilmesi noktasında yeterli ekonomik düzeye sahip olamaması durumunda yaşadığı zorluklar sonucu herhangi bir sektörde girişimde bulunarak içinde bulunduğu finansal zorlukları aşmaya çalışmasıdır.

#### **2.2.5.1.3. Kocanın ölmesi**

Kocanın ölmesi, girişimci kadının daha önce hayatını birlikte devam ettirmek üzere yaptığı evlilikte herhangi bir sebeple (hastalık, kaza vs.) eşini kaybetmesi ve hayatta yalnız kalması, kendinin ve çocuklarının geçimini sağlamak için herhangi bir sektörde girişimde bulunması durumudur.

#### 2.2.5.1.4. Can sıkıntısı

Can sıkıntısı, girişimci kadının daha önceleri herhangi bir işle meşgul olmayıp bu durumdan sıkılmaları sebebiyle veya geçmişte ya da yakın zamanda yaşadıkları birtakım sıkıntılarını, sorunlarını unutmak, acılarını hafifletmek amacıyla herhangi bir sektörde girişimde bulunarak meşgul olması durumudur.

#### 2.2.5.2. Çekici faktörler

Çekici faktörler, girişimcilik seçeneğinin çekiciliğine bağlı olarak bireyleri girişimci olmaya yönlendiren faktörlerdir (Yılmaz ve Günel, 2011: 7). Çekici faktörler, kendini gerçekleştirme, girişimcilik güdüsü, zengin olma isteği, sosyal statü kazanma, güç elde etme (Orhan ve Scott, 2001: 233) özerklik gibi bireyleri girişimciliğe çeken, girişimciliği cazip kılan olumlu faktörlerdir (Özdemir, 2010: 120). Geçmişte yapılan çalışmalarda; *konforlu bir yaşam* (Taylor, 1988; Fierrman, 1990; Yağcı ve Bener, 2005; Afza, Osman ve Rashid, 2010), *esnek çalışabilme* (Boateng, Isabaliya ve Indome, 2010; Littunen, 2000), *bağımsızlık ihtiyacı* (Shapero ve Sokol, 1982; Sexton ve Vasper, 1982; Hisrich ve Brush, 1986; Okafor ve Amalu, 2010; Shamsudin ve Chowdhury, 2012; Hughes, 2003; Cromie, Callaghan ve Jansen, 1992; Littunen, 2000; Yetim, 2002; Carter, Gartner, Shaver ve Gatewood, 2003; Hughes, 2003; Kutanis ve Hancı, 2004; Mitchell, 2004; Yağcı ve Bener, 2005; Boateng, Isabaliya ve Indome, 2010; Özdemir, 2010; Afza, Osman ve Rashid, 2010), *eğitim ve ailesel etkiler* (Shapero ve Sokol, 1982; Sexton ve Vasper, 1982; Hisrich ve Brush, 1986; Ismail, Shamsudin ve Chowdhury, 2012; Okafor ve Amalu, 2010; Narayanasamy, Rasiyah ve Jacobs, 2011; Fuad, Bohari ve Hin, 2011; Mani, 2011; Minniti ve Arenius, 2003), *kendini gerçekleştirme* (Ismail, Shamsudin ve Chowdhury, 2012; Ufuk ve Özgen, 2001), *kendi patronu olma isteği* (Ivancevich, Konopaske ve Matteson, 1997; Gelin, 2005), *statü sahibi olma isteği* (Ivancevich, Konopaske ve Matteson, 1997; Gelin, 2005; Şahin, 2009; Afza, Osman ve Rashid, 2010; Kutanis ve Hancı, 2004), *fırsatları değerlendirme* (Ismail, Shamsudin ve Chowdhury, 2012; Shaver ve Gartner, 1995; Littunen, 2000; Hughes, 2003) kadınların girişimciliğe yönelmesinde etkili olan çekici faktörler olarak belirlenmiştir. Kadınları girişimciliğe yönlendiren çekici faktörlerden bazıları aşağıda belirtildiği gibidir:

### 2.2.5.2.1. Bağımsızlık

Bağımsızlık, bireyin ya da grubun başkalarından bağımsız olması, kendi kaderini kendisinin belirlemesine ya da kararları kendisinin almasına işaret etmektedir biz bundan yola çıkarak girişimci kadının girişimci olmadan önceki işinde, yapacağı işlerde üstlerinden aldığı emirlerden dolayı kendi istediği yöntemi uygulayamaması, kararları hür verememesinden dolayı kısıtlanması, bir başkası için çalışmanın ona zor gelmesi ve daha ferah bir yaşam isteğinden dolayı kendi işine sahip olma isteğinin oluşmasıdır.

Bağımsızlık, özgür hareket edebilme; karar alma ve kendini ifade etme konularında insanın kendi çizdiği güven sınırları içinde istediği gibi hareket edebilmesi demektir. Bağımsızlık ihtiyacı yüksek olan bireyler hiyerarşik yapıya, statükoya ve otoriteye önem vermezler. Başka değer yargılarından soyutlanarak, hareket tarzlarını kendi oluşturdukları değer yargıları ile belirlerler (Tikici ve Aksoy, 2009: 39-40).

### 2.2.5.2.2. İlgi alanı

İlgi alanı, girişimci kadınların daha çok yetenekli, bilgili ve istekli oldukları, onlar için hobi olan, onlara haz verebilecek ve merak duydukları alanlarda faaliyet başlatma eğilim ve arzusunda olmaları durumu olarak ifade edilebilir.

### 2.2.5.2.3. Hırs

Girişimcileri diğer bireylerden ayıran en önemli özelliklerden birisi, başladıkları işte kararlı olmaları ve bitmek tükenmek bitmeyen bir azim sergilemeleridir (Cansız, 2007: 75). Dünyada gerçekleşmiş hemen her tür büyük işin ardındaki itici güç, sarsılmaz bir irade, kararlı ve istikrarlı çalışma, azim ve bunları katalize eden hırstır (Aydın, 2008: 211).

Güçlü bir başarıma arzusuna sahip kadın girişimciler, karar almada kişisel sorumluluğu tercih ederler, yeteneğin bir fonksiyonu olarak risk yüklenmeyi kabul ederler, kararların sonuçlarından elde edilen somut bilgilerin yol açtığı faydaları elde etmeye çalışırlar ve onlara göre hiçbir zaman risk almadan başarı sağlanmaz, bu şekilde ki davranışlar hırs olarak ifade edilir.

#### **2.2.5.2.4. Fırsatları değerlendirme**

Yeniliğin hakim olduğu bir dönemde genellikle belirsiz bir ortam oluşur. Böyle bir ortamda ise, harekete geçirici bireyler kendilerine sunulan fırsatları ve bakir alanları keşfetme şansı elde ederler. Girişimci kadın elde ettiği bilgilerle, belirli kaynaklardan yola çıkarak ve işi asla şansa bırakmayarak bilinçli ve disiplinli bir şekilde yarattığı fırsatları değerlendirme durumu olarak ifade edilebilir.

#### **2.2.5.2.5. Konforlu bir yaşam**

Girişimci kadınların daha lüks şartlarda yaşamak, kendilerinden daha yüksek kazanç elde edenler gibi hayat standartlarını yükseltmek, kendisine ve/veya ailesine daha rahat bir yaşam sağlamak isteğinin oluşması durumu olarak ifade edilebilir.

#### **2.2.5.2.6. Statü ve prestij kazanma arzusu**

Statü, bireyin çevresindeki kişilerin toplumda ona nesnel olarak uygun gördükleri makama verilen addır (Gönüllü ve İçli, 2001: 86). Girişimci kadınların kendilerini kendi aile fertlerinden(eş, kayınbaba vs.), yakınlarından, çevresinden (yakın veya uzak) statü olarak daha aşağıda görmesi sebebiyle onların kendilerini o toplumda özgün bir birey olarak kabul görme çabası ve isteği içinde olması durumu olarak ifade edilebilir.

#### **2.2.5.2.7. Kendini gerçekleştirme**

Maddi yönden rahat olan girişimci kadınların daha başarılı olma arzusu, bir işi daha iyi ve daha verimli yapabilme isteği, problemleri çözme arzusu içinde olması durumu şeklinde ifade edilebilir.

Yeterli maddi imkânlarla sahip olmayan kadınların iş kurmalarındaki en büyük etken, ek gelir kaynağı elde etmektir. Maddi yönden rahat olan kadınlar için ise en büyük etken, “kendini gerçekleştirme” olmaktadır (Narin vd., 2006: 69).

#### **2.2.5.2.8. Para kazanma**

Yüksek başarıma arzusuna sahip olan bireyler, genellikle paraya kendilerinin nihai amacı olarak değil, başarının bir ölçüsü olarak bakmaktadırlar. Her ne kadar nihai bir amaç olarak kabul edilmese bile para, bu bireylerin başarılarını kanıtlamak için geri bildirim sağlayan bir araç rolü oynamaktadır. Bu noktadan yola çıkarsak

kadın girişimcilerin kendi parasını kazanmaktan büyük zevk alması, ideallerini ve daima arzularını kazandığı paraya bağlaması ya da para kazanmayı sevmesi çok sevmesi şeklinde ifade edilebilir.

Genellikle kadınlar için ekonomik güdüleme faktörleri erkeklere oranla daha arka planlarda kalsa da; diğer güdüleme etkenlerinin yanında, kendi işlerini kurma sebepleri arasında zengin olma isteğinin yattığı görülmektedir (Tek, 2008: 32).

#### **2.2.5.2.9. Yatırım ve istihdam yaratma arzusu**

Girişimci kadınlar genellikle yeni ürünler, süreçler geliştirmek ya da yeni piyasalar bulmakla ilgilenmektedir. Ayrıca mevcut kaynaklarını orta ve uzun vadede getiri elde etmek amacıyla kalıcı bir şekilde kullanarak yatırım yapmayı hedeflerler. Böylece topluma yeni yatırım ve istihdam kaynakları sağlarlar ve bundan çok mutlu olurlar. İşte biz bu durumu yatırım ve istihdam yaratma şeklinde ifade edebilir.

#### **2.2.5.2.10. İş tatminine ulaşma**

Başarı ihtiyacının bireyleri girişimci yaptığını bilinmektedir. Bir işin başarılı bir şekilde tamamlanması, kadın girişimcilerde güçlü bir başarıma arzusu uyandırmakta ve kendi yaşamlarını kontrol etme becerilerini de güçlenmesi iş tatminine ulaşma olarak ifade edilmektedir.

#### **2.2.5.2.11. Eğitim ve ailesel etkiler**

Aile ve eğitim kurumlarında gerçekleşen eğitim süreçleri bireylerin girişimciliğinin ve yaratıcılığının gelişmesinde etkili olabilmektedir. Dolayısıyla kadın girişimcilerin ailede ve eğitim kurumlarında aldıkları eğitim, görgü, etik vb. faktörler girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde onları girişimci olmaya yöneltmekte şeklinde ifade edilebilir.

### **2.2.6. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Faktörler İle İlgili Yapılan**

#### **Çalışmalar**

Gatewood, Shaver ve Gartner (1995) tarafından, henüz girişimci olmamış, fakat bu yönde somut adımlar atan potansiyel girişimcilerin (kişisel etki ölçeği ölçümü ve insanların kendi işlerini kurma kararı verme sebepleri araştırması) ileride kendi işini kurma isteği ve yeni girişim yaratma başarısını tahmin etmede bilişsel

faktörlerin kullanılıp kullanılmayacağını bulmak amacıyla yapılan çalışmanın verileri, Küçük İşletme Gelişim Merkezi tarafından sağlanan 47'si kadın, 95'i erkek olmak üzere toplam 142 kişiyle 1990 Ekim-1991 Şubat ayları arasında yapılan görüşmelerden elde edilmiştir. Onların danışmanlığında bu bireylerden iş hayatına girme kararlarını anlatmaları istenmiştir. Cevaplar Weiner'in (1985) modelinden elde edilen detaylı prosedür temelinde kodlanmıştır. Potansiyel girişimciler ayrıca Paulhus'un (1983 Spheres of Control Scale) kontrol odaklılık anketini doldurmuştur. Aradan bir yıl geçtikten sonra Şubat 1992'de 142 kişinin hepsi bir anket daha doldurmuştur. Cevaplardan 85 kişinin analize uygun olduğu görülmüştür. Analiz sonucu elde edilen bulgular, özerk olma gibi içsel nedenlerle motive olan kadınların ve pazardaki bir fırsatın algılanması gibi dışsal nedenlerle motive olan erkeklerin girişimci olmadan önceki aşamada başarılı olma şanslarının daha yüksek olduğunu ortaya çıkmıştır (Gatewood vd, 1995: 371-391).

Zapalska (1997) tarafından, Polonyalı kadın girişimcilerin bir girişimci olarak efektif bir performans gösterebilmek için gerekli olan özellikleri taşıyıp taşımadıklarını araştırmak amacıyla yapılan çalışmada, Polonya'nın 3 büyük şehri olan Poznan, Krakow ve Varşova'da 40'ı kadın, 110'u erkek olmak üzere toplam 150 adet girişimciyle telefon görüşmesi yapmıştır. Görüşmeler 1994 Aralık ayı ile 1995 Ocak ayları arasında yapılmıştır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, Polonyalı kadın girişimcilerin motivasyonel ve kişisel karakteristiklerinin erkek meslektaşlarıyla ve batılı kapitalist girişimcilerle benzer olduğu fikrini ortaya koymuştur. Motivasyon hususunda kadın ve erkek girişimciler kendi işlerini kurmalarının birincil sebepleri olarak şunları belirtmişlerdir: Hayatlarını daha fazla kontrol edebilme, daha önceki işlerindeki tatminsizliği azaltma (genellikle devlet kurumu veya enstitü), bir iş bulma ve devlet sektöründen daha geniş finansal olanaklara sahip olma isteği. Birçok kadın kariyer seçimlerinin politik ve ekonomik motivasyonlardan etkilendiğini belirtmiştir. Her iki grubun girişimci olma nedenlerinin birbirinden ayrıldığı tek noktanın kadınların erkeklere kıyasla önceki işten memnuniyetsizliğe daha çok yer vermeleri olmuştur (Zapalska, 1997: 76-81).

Littunen (2000) tarafından, girişimin değişik aşamalarında girişimcinin kişisel karakteristiği ve bunun girişimcinin kişisel ilişkilerindeki değişime etkisini araştırmak amacıyla yapılan çalışmanın örneklem alanını, Finlandiya'da 1990'dan itibaren iş hayatına başlamış olan 138 metal sanayi ve 62 hizmet sektörü firmaları



oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklem sayısı 123'tür ve görüşmeler 1992-1996 yılları arasında 5 seferde yüzyüze anket ile yapılmıştır. Korelasyon analizi yapılmıştır ve kullanılan veri ve girişimcinin kişisel ölçütleri arasındaki fark T-Testiyle karşılaştırılmıştır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, girişimcinin başka insanlarla olan ilişkilerindeki değişimin girişimcinin kişisel karakteristiğini etkilediği gözlenmiştir. Ampirik bulgular girişimcinin ortak sayısının azaldıkça kendisinden daha güçlü insanlar tarafından kontrolünün de azaldığını göstermektedir ve başlangıç aşamasından itibaren kişisel ilişkileri artan girişimcilerin ustalık seviyelerinin de bariz bir şekilde arttığını göstermektedir. Girişimcileri motive eden faktörler ise şu şekilde sıralanmıştır: kendi kendinin patronu olma isteği, maddi ve manevi kazanımlar, kendi geleceğini kendi karar ve çabası ile şekillendirme isteği, bağımsız ya da esnek bir iş ortamına sahip olma isteği ve iş fırsatlarını değerlendirme isteği (Littunen, 2000: 295-305).

Ufuk ve Özgen (2001) tarafından, kadın girişimcilerin profili aynı zamanda işin kurulmasında ve başlangıç aşamasında karşılaşılan zorluklar, alınan riskler, kazanımlar, girişimcilerin karakteristikleri ve gelecek planları incelenmiştir. Çalışma Ankara'da yaşayan, iş hayatının içindeki 220 evli kadın girişimci üzerinde yapılmıştır. Çalışmada rassal örnekleme metodu kullanılmıştır ve veriler yüzyüze görüşmelerle toplanmıştır. Veriler korelasyon analizi ve G-Testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, kadınların girişimci olmadan önce bir işte çalışıp çalışmamaları, yaptıkları iş ve harcamaları eğitim seviyelerine göre anlamlı bir şekilde değişmektedir. Kadınları girişimci olma konusunda etkileyen en önemli üç faktör; ailevi ihtiyaçlarını karşılama, sosyal ilişkileri geliştirmek/arttırmak, kendini gerçekleştirmek olduğu gözlemlenmiştir. İşletmeyi kurarken karşılaşılan en önemli sorunların ise, para temini, bürokratik engeller ve deneyimsizlik olduğu belirtilmiştir. İşletmeyi kurduktan sonra karşılaşılan en önemli sorunların ise; yetersiz pazar talebi, borç ödeme ve vergi ödeme olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kadınlar girişimciler sahip oldukları özellikleri; kendine güven, cesaret, iletişim yetenekleri, sabır ve alçakgönüllülük olarak belirtmişlerdir. Kadınların %88,6'sı kendini başarılı girişimci olarak tanımlamaktadır. Kadınların devletten en önemli beklentileri vergi yükünün azaltılmasıdır. Kadınların birçoğunun girişimcilikle ilgili bir eğitim programına katılmaya istekli olduklarını belirttikleri gözlemlenmiştir (Ufuk ve Özgen, 2001: 299-307).

Gundry ve Welsch (2001) tarafından, girişimcilerce seçilen stratejik yollar ve bu yolların firmanın büyüme oryantasyonuyla ilişkisi incelenmiş, aynı zamanda girişimcileri küçük işletme yöneticilerinden ayıran şeyler de göz önünde bulundurulmuştur. Bu çalışmada alınan örneklem, geniş bir sanayi sektöründen seçilen kadın girişimcilerdir. Firmalar Dun's Marketing firmasının veri tabanından seçilen sektörlerden belirlenmiştir. Araştırmanın örneklem sayısı 832 kadın girişimcidir. Kadın girişimciler eyalet ticaret ve toplum işleri departmanı görevlileri tarafından hazırlanan anketteki soruları cevaplayarak 9 stratejik boyuta göre büyüme hedeflerini açıklamışlardır. Elde edilen verilere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde veriler varimax rotasyonu kullanılarak temel bileşenler yöntemiyle analiz edilmiştir. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, yüksek büyüme odaklı girişimcilerin yani hırslı girişimcilerin şu kısıtlamalara sahip olduğu tespit edilmiştir; teknolojik değişimi ve pazardaki büyümeyi baz alan stratejik hedefler, şirketin başarısı için güçlü bir adanmışlık, işletme için fedakarlık yapmaya büyük bir istek duymak, şirketin büyümesi için önceden plan yapmak, takım çalışması şeklindeki organizasyon yapısından faydalanmak, şirketin kalitesi ve itibarı için endişe duymak, uygun yatırım, güçlü liderlik ve girişimin büyümesi için daha büyük finansal kaynaklardan faydalanmak (Gundry ve Welsch, 2001: 453-461).

Yetim (2002) tarafından, sosyal sermaye olarak kadın girişimcilerin niteliklerini ve yeterliliklerini belirleyebilmek amacıyla yapılan bu çalışmada, örneklem Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odası'na kayıtlı 224 kadın girişimciden oluşmaktadır. Araştırma da nicel yöntem uygulanmıştır. Girişimciler ile yüzyüze görüşmeler yapılmış ve anket formu uygulanmıştır. Araştırmaya katılan girişimciler, farklı sosyal sermaye kaynaklarını hem iş kurma hem de sürdürme aşamalarında harekete geçirebilmekte ve girişimcilik nitelikleri ile bütünleştirebilmektedir. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin %45,6'sının itici faktörler nedeniyle, %46,4'ünün ise çekici faktörler nedeniyle iş kurmaya yöneldikleri tespit edilmiştir. Kadınlar, aileye ek gelir sağlama, kendi niteliklerine uygun ücretli çalışma olanağına erişememe gibi girişimciliğe iten nedenlerle iş kurabildikleri gibi, bağımsız ve özerk olma, daha üretken olabilme gibi faktörler çerçevesinde de girişimciliğe yöneldikleri tespit edilmiştir. Kadınların sahip oldukları eğitim düzeyinin, önemli bir sosyal sermaye kaynağı olduğu tespit edilmiştir ( Yetim, 2002: 79-89).

Carter ve arkadaşları (2003), yeni girişimcilerin iş ve kariyer tercihlerinin sebepleri ile girişimci olmayan bireylerin aynı sorulara verdikleri cevapları karşılaştırmaktadırlar. Bu araştırma için kullanılan veriler, yeni girişimde bulunan bireylerin ulusal veri tabanı olan Girişimsel Dinamiklerin Panel Çalışması (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics- PSED)'ndan elde edilmiştir. Bu çalışmada kullanılan PSED verisi 3 farklı birey örneklemini içermektedir; hepsi ilk olarak rassal haneli arama (Random-Digit Dialing (RDD)) ile tanımlanmış ve hepsi ile iki aşamalı telefon görüşmesi yapılmıştır. Birinci aşamada Market Facts şirketi 18 yaşından büyük en az 1000 kişiyle (500'ü erkek, 500'ü kadın) tamamlanması 3 gün süren telefon görüşmeleri yapmıştır. 1998 yılından 1999 yılına kadar bu şekilde 31.261 bireyle (15.662'si kadın, 15.599'u erkek) telefon görüşmeleri yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde 1494 (561 kadın, 933 erkek) girişimciliğe yeni adım atmış bireyler tespit edilmiştir. Bu tespit ise Wisconsin Üniversitesi Anket Araştırma Laboratuvarı (UWSRL) tarafından yapılmıştır. İkinci aşamada ise gerekli kriterleri sağlayan bireyler UWSRL tarafından tekrar aranarak daha detaylı görüşmeler yapılmış ve bu bireylere mail yoluyla anket gönderilmiştir. Telefon görüşmesinde ilk sorulan soru şirketin 3 aylık giderlerini karşılayabilecek nakit akışı olup olmadığı ve şirket sahibinin kazancı ile ilgili olmuştur. Bu soruya görüşmelerin yaklaşık %27'sinden olumlu cevap alınmıştır ve olumsuz yanıt verenler ise görüşmelere dahil edilmemiştir. Araştırmada faktör analizi yapılmıştır ve ANOVA yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz PSED'den sağlanan veri seti indirgenerek 558 yeni girişimci ve karşılaştırma grubuna uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, girişimci adaylar üzerindeki araştırmalarında kendini gerçekleştirme, finansal başarı, yenilik, statü ve tanınma, bağımsızlık gibi motivasyon faktörleri girişimci olma nedenleri olarak ortaya çıkmıştır. Yeni girişimcilerin statü ve tanınmayı girişimci olmayan bireylere göre daha az oyladıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca cinsiyete bağlı olarak erkek katılımcıların finansal başarı ve yeniliği kadınlardan daha çok oyladıkları gözlemlenmiştir (Carter vd., 2003: 13-18).

Minniti ve Arenius (2003) tarafından yapılan bu çalışmanın amacı, Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme (GEM- Global Entrepreneurship Monitor) programı kapsamında bazı farklılıkları ve onların sebeplerini araştırarak global raporda sunulan analizi kadın girişimcilik üzerinden açmak ve geliştirmektir. Veri araştırmaya katılan ülkelerdeki 4 kaynaktan toplanmıştır: 100.000'in üstünde insanla yapılan anketler; yaklaşık 1.000 ulusal girişimcilik uzmanı ile yapılan detaylı

görüşmeler; ulusal uzmanlarla yapılan standart anketler; Dünya Bankası, Uluslar arası Para Fonu, Birleşmiş Milletler v.b. kaynaklardan elde edilen standartlaştırılmış ulusal veri seçimi. 37 ülkenin katılımı bu konularda global bir değerlendirme yapılmasını sağlamıştır. Bu çalışmada ölçüt olarak korelasyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonucu elde edilen bulgulara göre, sonuçlar girişimciliğin ekonomik gelişime ve yeni iş yaratmaya sayısız katkılarının olduğunu ortaya koymuştur. Sonuç olarak yetişkin bir kadının girişimcilik potansiyeli gelişmiş ülkelerde daha yüksek görünmektedir. Dahası bu potansiyel aynı ülkenin farklı bölgelerinde bile demografik yapıya ve iş gücü durumuna göre farklılık göstermektedir. Erkek ve kadınların her ikisi için girişimcilik faaliyetinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-34 yaş olduğu, bunu 35-44 ve 19-24 yaş grubunun izlediği belirlenmiştir. 55 yaş ve üzerinin ise girişimcilik düzeyinin en düşük gerçekleştiği yaş grubu olduğu belirlenmiştir. Kadınların girişimciliğini etkileyen faktörler ise sırasıyla; demografik çevre ve aile yapısı, okur-yazarlık ve eğitim, sosyo-ekonomik çevre, işgücü ve istihdam, cinsiyet ve örgütsel biçimler, sektörel ve ekonomik gelişme olarak belirlenmiştir (Minniti ve Arenius, 2003: 2-5).

Hughes (2003) tarafından, Kanadalı kadın girişimcilerin motivasyonel faktörleri ve yatırım türleri ile ekonomik başarıları arasındaki ilişkiyi araştırıldığı bu çalışmada, motivasyon faktörleri üç tip girişimcilik temelinde incelenmiştir. Bu çalışma, Kanada İstatistik Kurumunun Tüketici Finansı Anketi (Hughes, 1999), Census ve İş gücü anketinden elde edilen ulusal eğilimlerin analizi ve Alberta'daki kurumlardan ulaşılan 61 kendi işine sahip kadın girişimciyle yapılan görüşme sonuçlarından oluşmaktadır. Kanada'da 61 kadın girişimciyle derinlemesine görüşme yapılarak bu konuda detaylı ölçümler yapılmıştır. Onların bütün bu deneyimleri 1990'larda kendi işini kurmak isteyen kadınlara itici faktörleri önererek ışık tutmuştur. Her görüşme ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmış olup hepsi yazıya dökülmüş ve yaklaşık 1500 sayfa döküman elde edilmiştir. Veri analizi nicel yazılım olan NUD\*IST/N-VIVO ve istatistiksel yazılım olan SPSS kullanılarak yapılmıştır. Analiz sonucu elde edilen bulgulara göre, bağımsızlık, finansal bağımsızlık, fırsatlar gibi motivasyonel faktörlere sahip olan klasik girişimciler, insan sermayesi ve geliri yüksek, çalışma saatleri daha fazla olan ve tüzel kişilik kazanmış şirketleri olan, başkalarına istihdam olanağı yaratan girişimcilerdir. İş- aile dengesine önem veren girişimciler ise bu üç tür arasında en az çalışan, geliri düşük, evde tek başına çalışan kişileri oluşturmaktadır. Son girişimci türü olan ve işsizlik, iş fırsatlarının azlığı gibi

motivasyon faktörlerine sahip zorunlu girişimciler ise klasikler kadar uzun çalışan, fakat iş-aile dengesine önem verenler kadar az gelir elde eden, tek başına çalışmayı tercih eden kişilerdir. Diğer bir ifade ile, girişimcilerin farklı motivasyon faktörleri, onların ekonomik başarı ve yatırım türleri gibi kararlarını etkilediği gözlemlenmiştir (Hughes, 2003: 434-451).

Kutunis ve Hancı (2004) tarafından, Adapazarı ve Kocaeli çevresindeki kadın girişimciler incelenerek kadın girişimcilerin girişimlerinde ve sosyal hayatlarında “kişisel özgürlüklerini” algılama ve kullanabilme dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Örneklem 25 kadın girişimciden oluşmaktadır. Bu araştırma kalitatif (nitel) bir özellik taşımaktadır. Araştırmada gerekli verilerin elde edilebilmesi için Adapazarı ve Kocaeli çevresindeki kadın girişimcilerin “hayat hikâyeleri analizi” kapsamında yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Hayat hikâyeleri yöntemi ile kişi, öncelikle kendi yaşam deneyimlerinin tamamından sonra da içinde bulunduğu sosyal çevrede değerlendirilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, kadın girişimciler, kadınların çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışılmasının sebebinin, geleneklere ve eşlerin eğitimsizliğine dayandığını düşünmektedirler. Görüşülen kadın girişimcilerin iş yaşamındaki tecrübeleri fazla olmamasına rağmen işlerinde başarılı olma isteği ile belirledikleri hedeflerin büyük olduğu gözlenmiştir. Kadın girişimciler söz konusu sorunların yanında belli avantajlara da sahip olduklarını söylemişlerdir. Faaliyet gösterilen alanlar kadınları öncelikli ilgilendiriyorsa (kuaför, çeyiz, tekstil, yurt, kreş vb.) bu durumda girişimcinin de kadın olmasının talebi artırıcı bir etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. Kadın girişimcilere iş yaşamına giriş nedeni ile ilgili sorular sorulduğunda başlangıçta ekonomik özgürlük, sosyal statü gibi nedenlerden dolayı girişimci olduklarını belirtse de mülakatın ilerleyen aşamalarında özellikle çoğunun “kişisel özgürlük” elde etmek istedikleri saptanmıştır. Kadın girişimcilerin kişisel özgürlüğü algılayış biçimlerinde işleri ve evleri açısından dengeli bir odaklanma fark edilmiştir. Kadın girişimcilerin çoğunun, ‘kişisel özgürlük’ elde etmek için girişimde buldukları, finans kaynaklarını temin etme konusunda yardım aldıkları, çoğunun eğitimlerinin lise ve üniversite olduğu, işleriyle ilgili farklı sorunlar yaşadıkları, hedeflerinin büyük olduğu, çoğunun evli olduğu ve ailelerinden destek aldıkları saptanmıştır. Motivasyon faktörleri arasında sosyal statü kazanma, kendi işini kurabilme gibi faktörlerin kişisel özgürlük adı altında birleştirilebilmesi, Türkiye’de kadın girişimciler için kişisel özgürlük veya bağımsızlığın önemli bir

belirleyici unsur olarak ortaya çıktığı tespit edilmiştir (Kutunis ve Hancı, 2004: 457-463).

Mitchell (2004) tarafından, Güney Afrika'nın sosyo-ekonomik çevresinde yeni iş kuran bireylerin girişimciliğe motivasyonunu, kadın ve erkek girişimcilerin motivasyonel faktörlerinin arasında fark olup olmadığını, kadın ve erkek girişimcilerin demografik kriterlerinde bir fark olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, veriler Get Ahead Financial Services (GAFS) adlı finans firmasından kredi alan girişimciler arasından sağlanmıştır. Örneklem 690 erkek ve kadın girişimci arasından seçilen toplam 101 girişimciden oluşmaktadır. Çalışmada faktör analizi, sıklık analizi ve ki-kare testi uygulanmıştır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, kendi işini kurmanın motivasyonel faktörleri önem derecesine göre hayatta kalma, finansal bağımsızlık ve güven, negatif bir durumdan kaçış ve kişisel olarak ilerlemedir. Faktör analizi sonuçlarına göre girişimcilerde şu faktörler geneldir; dış dünyaya kendini kabul ettirme, kişisel gelişim, tanınma, bağımsızlık ihtiyacı, toplumu etkilemek ve güvenlik. T-Testi sonuçlarına göre kadın ve erkek girişimcilerin motivasyonel faktörleri arasında anlamlı farklılık olduğu ortaya çıkmıştır. Kadın ve erkek girişimcilerin demografik kriterlerinde bir fark olup olmadığını ölçmek amacıyla, demografik veri ve cinsiyet arasındaki veriye uygulanan ki-kare testi sonuçlarına göre birçok değişkende (yaşam alanı, eşinin işi, çalışma geçmişi ve sanayi tipi) anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır (Mitchell, 2004: 167-180).

Yağcı ve Bener (2005) tarafından, girişimci kadınların demografik ve genel karakteristikleri ile kadınları girişimciliğe motive eden faktörleri belirlemek amacıyla yapılan çalışmanın örneklemini, Ankara Ticaret Odasına kayıtlı 104 kadın girişimci oluşturmaktadır. Çalışmada frekans dağılımı yapılmış ve ki-kare testi uygulanmıştır. Girişimci kadınların %51,9'u orta, %48,1'i yüksek öğrenim görmüşlerdir. Araştırma kapsamına alınan kadınların tamamının girişimci olma kararları tüm aile bireyleri tarafından desteklenmiştir. Girişimci kadınların %89,4'ü "bir işle meşgul olma", %82,7'si "bağımsızlık", %53,8'i "başarılı olma", %48,1'i de "evin bütçesine katkıda bulunma isteği" ile girişimci olmaya karar verdikleri belirlenmiştir. Evin bütçesine katkıda bulunma isteği ile girişimci olmaya karar veren evli girişimci kadınların oranı bekar olanlardan daha yüksektir. Kadınların %63,5'i girişimciliğin en iyi yanının "bağımsızlık", %28,8'i "maddi rahatlık", %7,7'si de "evin bütçesine katkıda bulunmak" olduğu görüşündedir. Girişimci kadınların %99'u girişimcilikte başarılı

olmak için gerekli gördükleri ön şartların başında “çok çalışma, içtenlik, kendini adamak” olduğunu belirtmişlerdir (Yağcı ve Bener, 2005: 85-94).

Çakıcı (2006) tarafından, kadınlarca kurulan veya ortak olunan işletmelerde, kadınların iş yaşamlarını etkileyen faktörlerin bir değerlendirmesini yapmak amacıyla keşifsel nitelikte bir araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamına Mersin’de faaliyet gösteren kadın girişimciler alınmıştır. Veriler, geliştirilen bir anket ile kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket uygulaması, Mersin şehir merkezinde 600 dolayında olduğu tahmin edilen kadın girişimcilerden 200 kişiye gidilerek gerçekleştirilmiştir. Geliştirilen anket, yüz yüze görüşme yöntemi ile Mersin’de faaliyet gösteren 200 kadın girişimciye bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, iş yaşamında etkili olabilmede gerekli kişilik özelliklerinden özgüven, dürüstlük, risk üstlenme ve cesaret ön plana çıkmaktadır. Olması gereken bilgi ve becerilerden ise, iş yaşamını, insan ilişkilerini, pazarlama ve satışı bilme, etkili bir yaşamı için önemli faktörler olarak sıralanmaktadır. Kadın girişimciler, özellikle verimlilik ve kalite artırma, iletişim, finansman ve satın alma konularında eğitim gereksinimi duymaktadırlar. Kaliteli iş yapma, disiplinli çalışma ile yenilikleri ve gelişmeleri izleme başarıyı artıran unsurlar olarak görülürken; makro nedenler, finansal yetersizlikler ve haksız rekabet başarıyı sınırlandıran en önemli faktörler olarak ifade edilmektedir (Çakıcı, 2006: 54-70).

Şahin (2009) tarafından, Konya ilinde çeşitli sektörlerde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin; girişimcilik özellikleri başta olmak üzere, kadın girişimcilerin genel profilinin belirlenmesi amacıyla liderlik ve motivasyon özelliklerinin ve karşılaştıkları sorunların, bu sorunların aşılmasına etkili faktörleri incelemek amacıyla yapılan bu çalışmanın örneklemini, Konya Barosuna kayıtlı avukatlar, Konya Eczacılar Odasına kayıtlı kadın girişimciler ve Konya Ticaret Odasına kayıtlı kadın girişimciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ilgili odalarda kayıtlı olan 627 kadın girişimciden oluşmaktadır. Anketlerin uygulanması ve geri dönüşü sonucunda, değerlendirmeye uygun 132 anket formu elde edilmiştir. Anket formlarındaki cevaplar kodlanarak SPSS ile analiz edilmiştir. Anketlerden elde edilmiş veriler tek örnek T-Testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, kadın girişimcilerin iş hayatında; çalışma yaşamının kalitesine önem veren ve kalite üzerine odaklanan, yaratıcılığı, esnekliği, işletme yönetiminde insani yaklaşımları öne çıkaran, işletmelerini yönetirken sosyal ve

kültürel amaçlara finansal amaçlar kadar önem veren bir yaklaşımlar bütününe sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Şahin, 2009: 287-307).

Boateng, Isabalija ve Indome (2010) tarafından, Gana'da bilişim sektöründe çalışan kadın girişimcilerin temel sorunlarını ve motivasyonel faktörlerini ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada, vaka çalışması tekniği uygulanmıştır. Vaka çalışması, bilişim sektöründeki bir kadının iş ve özel yaşam profilini çıkarmaya odaklandığı için uygun bulunmuştur. Araştırma da yüz yüze görüşme yapılmıştır ve kadın girişimcinin operasyon metotlarıyla ilgili ve işletmeyi nasıl denetlediğiyle ilgili anlık sorular sorulması sağlanarak aynı zamanda esnek bir yaklaşımla veri toplanmasını sağlamıştır. Vaka çalışması metodu, kadın girişimcinin kendisini kendi dilinde ve özgürce ifade etmesi imkânını sağlamıştır ve bu da bu çalışma için daha gerçekçi bilgi elde edilmesini sağlamıştır. Veri kadın girişimci ile iki kez yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeden elde edilmiştir. Bu görüşmeler kayıt altına alınmıştır ve yazıya dökülmüştür. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, erkek baskın bir alana girmek kadınları daha iddialı yapmış ve erkek meslektaşlarıyla rekabet edebildiğini göstermiştir. Araştırmada tanımlanan bazı zorluklar ev ve iş sorumluluğu; böylelikle ev işleriyle iş hayatı birleşiyor. Katılımcı işçi çalıştırmanın başka bir zorluk olduğunu çünkü acemi insanlara işi öğretmenin ve birbiriyle rekabet eden insanları idare etmenin zor olduğunu belirtmiştir. Girişimci motivasyonel faktörlerin ise; çekici faktörler (bağımsızlık ihtiyacı, başarıma ihtiyacı, finansal sebepler, kişisel gelişim, kendini tatmin etme, sosyal statü, esneklik) ve itici faktörler (iş ihtiyacı, cam tavan, durgunluk ve finansal sebepler), hırs ile motivasyon olduğunu, karşılaştıkları zorluklarda ise birden fazla rol alma (ev hanımlığı ve iş kadınlığı), işçi çalıştırma, az gelişmiş bölgede çalışma, rakiplerle rekabet olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu araştırma Gana'daki bilişim sektöründe kadın girişimcilerde farkındalık yaratmış ve aynı zamanda diğer sektörlerde de algı yaratmıştır (Boateng vd., 2010: 56-67).

Okafor ve Amalu (2010) tarafından, kadın girişimcileri etkileyen motivasyonel faktörler ile kadın girişimciliğin zorlukları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan bu çalışmada, veriler Güneybatı Nijerya'nın 3 eyaleti (Lagos, Ogun ve Oyo State), 6 eyalet arasından sağlanmıştır. Bu çalışmada bütün katılımcılara anket uygulanmış ve daha sonra bu anketlerden elde edilen veriler korelasyon analizi ile analiz edilmiştir. Rassal olarak seçilen 570 kadın girişimciyle yapılan anket sonuçları analiz için veri olarak kullanılmıştır. Bu sektörler kadınların



en çok bulunduğu sektörlerdir. Dağıtılan anketlerin 422'sinden geri dönüş alınmıştır (%91,15). Bu çalışma 4 sektör üzerinde yapılmıştır (tarım, imalat, ticaret ve hizmet). Araştırma sonuçlarına göre, korelasyon analizinin sonuçları kadın girişimcilerin iş hayatında karşılaştıkları zorluklarla motivasyonel faktörler arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Araştırma hipotezinin sonuçlarına göre kadın girişimcilerin iş hayatında karşılaştıkları zorluklarla motivasyonel faktörler (aile etkisi, psikolojik, finansal ve çevresel faktörler) arasındaki ilişki değerleri aile etkisi için 0.55, çevresel faktörler için 0.52, psikolojik faktörler ve finansal faktörler için ise sırasıyla 0.49 ve 0.42 çıkmıştır. En yüksek değeri almış olan aile etkisi anket katılımcılarının çoğunun evli olmasından kaynaklanmaktadır ve muhtemelen ev işlerini ve iş faaliyetlerini aynı anda yürütmenin zor olduğunu düşünmektedir. Finansal faktör değerinin 0.49 olması ise katılımcıların finansı iş hayatlarında zorluk olarak gördüklerini göstermektedir. Bu bakış açısıyla motivasyonel faktörlerin kadın girişimcileri iş hayatında karşılaştıkları zorlukları tanımlamadığı hipotezi reddedilmiştir. Bu bulgular ışığında bu çalışma diğerlerinden farklı olarak kadın girişimcilerin iş hayatında girişimciliğin doğal zorluklarıyla baş edebilmek için biraz daha fazla çalışması gerektiğini önermektedir ve muhtemelen kendi işlerini kurmadan önce çözümler önermektedir (Okaför ve Amalu, 2010: 67-73).

Bledsoe ve Oatsvall (2010) tarafından, Güneydoğudaki Meredith Koleji'nin de eğitim görmüş kadın girişimcileri araştırmak amacıyla yapılan bu çalışmada, aile işletmeleri olan ya da kendi işlerini yapan kadın girişimciler üzerinde yoğunlaşmıştır. Tespit edilen 134 kadın girişimciden 95'inin geçerli bir e-posta adresi bulunmuş ve 33'ünden olumlu geri dönüş olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak ankete cevap veren 33 kadın girişimci aile finansmanı ile girişimci olmaya karar vermiştir. Bu işletmelerin çoğu şirket olarak düzenlenmiştir. Bu ankete katılanların % 53'ü işe kendilerinin başladıklarını ancak büyük bir kısmı aile finansmanı sayesinde tuttuklarını belirtmiştir (Bledsoe ve Oatsvall, 2010: 47-49).

Özdemir (2010) tarafından, girişimciliğe aday olan kadınların, girişimci olma kararlarını veya isteklerini etkileyen motivasyon faktörlerini belirlemek amacıyla yapılan çalışmada, çalışma kapsamına alınacak kadınların belirlenmesi için öncelikle KA-DER'in Nisan 2008-Eylül 2008 dönemini kapsayan ve Avrupa Birliği Hibe programı çerçevesinde desteklenen Kadınlar Girişimcilikle Güçleniyor" eğitim projesine katılan kişilerin listesine ulaşılmıştır. Bu listede yer alan 25 kişi arasından 13 kişiyle telefonla iletişime geçilip, kendilerine uygun olan yer ve zamanda

buluşmak için randevu alınmıştır. Araştırma verileri görüşme çeşitlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Verilerin kayıt edilmesinde veri kaybı olmaması için görüşmelerin teybe kaydedilmesi için katılımcıların izni alınmıştır. Araştırma yöntemi olarak niteliksel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla elde edilen veriler tümevarım yoluyla analiz edilmiştir. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, girişimcilik fikri olan ve girişimci olmak isteyen 13 kişiyle derinlemesine görüşme sonucu elde edilen verilerin tümevarım analizi sonucunda potansiyel girişimcilerin motivasyon faktörlerinin girişimci olmuş kişilerin motivasyon faktörlerinden farklı olmadığı ortaya çıkmıştır. İten faktörlerin neler olduğu incelendiğinde, temelde önceki veya mevcut işten duyulan memnuniyetsizliğin kadınları girişimci olmaya yönlendirdiği sonucu ortaya çıkmıştır. Birçok görüşmecinin hak ettiği değeri göremediğine, emeğinin karşılığını alamadığına inanması, onların temel itici faktörlerini oluşturmuştur. Çekici faktörler arasında ise bağımsız ve özgür olma isteği en güçlü motivasyon faktörlerini oluşturmaktadır. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre potansiyel girişimcilerin kendilerini mücadeleci olmak, empati ve iletişim becerisine sahip olmak, mükemmeliyetçi olmak, kendine güvenmek, sabırlı olmak gibi özelliklerle tanımladıkları belirlenmiştir (Özdemir, 2010: 117-133).

Afza, Osman ve Rashid (2010) tarafından, Pakistan'ın uzak bölgelerindeki kırsal alanda yaşayan kadın girişimcilerin girişimci davranışlarını belirlemek amacıyla yapılan çalışmada, 200 kadın girişimciyle görüşme yapılmıştır. Kadın girişimcilerle irtibata geçmek için çalışan toplumsal organizasyonlardan (CBO) bilgiler alınmış ve birincil veri, yapılandırılmış görüşme yoluyla röportaj yapılarak elde edilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, kadınları girişimciliğe motive eden faktörler olarak; daha yüksek sosyal statü kazanmayı, yüksek ekonomik kazancı, bağımsız istihdam, ailesi tarafından teşvik, ailenin ekonomik ihtiyacı, devlet/hükümet tarafından sunulan teşviklerin etkili olduğu tespit edilmiştir (Afza vd., 2010: 109-116).

Narayanasamy, Rasiah ve Jacobs (2011) tarafından, kadın ve erkek girişimciler arasındaki farkları ölçüp bu farkların girişimciliğin gelecekteki gelişimi için nasıl kullanılacağını tespit etmek amacıyla yapılan çalışmada, örneklem alanı olarak seçilen Malezya'daki farklı eyaletlerden 10'u erkek 11'i kadın olmak üzere toplam 21 girişimciyle bireysel görüşme yapılmıştır. Girişimciler kota örnekleme

yöntemiyle seçilmiştir ve bilgi toplamak için anket kullanarak görüşme yapılmıştır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlara göre, cinsiyet farklılıklarının kökünde karakteristik farklılıkların büyük faktörler olduğunu söylemek için yeterli kanıt bulunmuştur. Girişimcilerin, girişimciliğe başlarken sahip olunması gerektiğini düşündükleri karakteristik özellikler; risk alabilme, doğru karar verebilme, motivasyon ve adanmışlık, liderlik özellikleri, öğrenme hevesi, ileri görüşlülük ve asla istediği şeyin peşini bırakmamaktır. Ayrıca, ailevi ve sosyal alt yapı kadın ve erkek girişimcilerin farklılıklarını tanımlamada yardımcı faktörlerdir. Her iki cinsin de eğitim seviyeleri girişimcilerin kalitesini etkilemektedir. Bilahare devlet politikaları girişimcilik dünyasındaki cinsiyet ayrımına katkıda bulunmuştur. Kadın ve erkek girişimcilerin farklı yetenekleri girişimcilik dünyasına anlamlı etkide bulunmaktadır. Açıkçası ülkesel ve sosyal roller de kadın girişimcilerin başarılarını tanımlamaktadır (Narayanasamy vd, 2011: 17-23).

Fuad, Bohari ve Hin (2011) tarafından, Malezyalı kadınların demografik profilinin özelliklerini incelemiş ve daha sonra Malezyalı kadın girişimcilerin demografik karakterleri üzerinden kadın girişimcilerin profili ortaya çıkartılmıştır. Bu çalışma USAHANITA sisteminde bulunan ve de BİT’le alakalı işler yapan 150 Malezyalı kadın girişimci üzerinde yapılmıştır. Bu araştırmada kişisel anket ve araştırmaya metodunda katılan deneklerin miktarı ve de tanımları kullanılmıştır. Ankete Frear (2007)’nin kullandığı yaş, eğitim seviyesi, medeni durumu, çocuk sayısı, etnik kökeni, işyeri açma tarihi, iş türü, çalışan sayısı, kaç yaşında açtığı, iş açmak için ana sebep/sebeplerine ek olarak BİT bilgisi, BİT bilgi seviyesi ve de BİT yetenek seviyesi olarak 3 yeni soru eklenmiştir. BİT sorularının eklenmesinin nedeni en yeni demografik profili oluşturmasındaki önemidir. Katılımcıların tamamı yanıtlamıştır. Araştırma sonuçlarına göre, cevap verenlerin hepsinin yaşının ortalaması 38.5 tir. Netice itibarı 30-35 yaş aralığının işlerin yürütülmesi için güzel bir yaş aralığı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu aralıktakilerin daha enerjik, yüksek beklenti sahibi ve de iş dünyasında kat edecek uzun yolları bulunmaktadır. Bu yüzden hükümetin bu gruptaki bayanlara daha önem göstermesi, onları ciddi bir girişime özellikle BİT alakalı işlere cesaretlendirmesi gerekmektedir. Katılımcıların %47,1’inin iyi bir eğitim aldığı en yüksek oranın lisans yapanlarda olduğu görülmüştür. Katılımcıların %44.22’si evli, %32’si boşanmış yada dul, %7.6’sı bekar ve de diğerleri %3.5’tur. Malezya da kadın girişimciler devletin desteği ile ekonomide büyük bir rol oynamaktadır. Katılımcılar bir şirket kurmak için öncelikli sebeplerini

kendi kendine gelir getirici iş arzusu, aileye destek ve hobi olarak belirtmişlerdir (Fuad vd., 2011: 127).

Thebaud (2011) tarafından, sosyal politikaların 24 gelişmiş ülkedeki kadın ve erkeklerin girişimcilik oranlarını etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Örneklem OECD ülkelerinden alınan ulusal göstergelerden, Dünya Bankasından ve diğer kaynaklardan derlenen 24 sanayileşmiş ülkedeki 18 yaş üzeri 2001-2006 yılları arasında ankete katılan 301.989 bireyden oluşmaktadır. 24 sanayileşmiş ülkeden alınan Global Girişimcilik İzleme (GEM) verileri çok seviyeli modellerle değerlendirilmiştir. Araştırmada regresyon ve korelasyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada ilk aşamada var olan girişimciler ile kontrol değişkenler arasındaki (yaş, cinsiyet, eğitim vb.) ilişkiye bakılmıştır. İkinci aşamada cinsiyet ile iş-aile politikaları arasındaki etkileşime bakılmıştır. Bu politikalardan ilki, full time çalışan annelere ödenen ücretli izin ile ilgili politikalar, ikincisi okul öncesi ve çocuk bakımı üzerine ayrılan GSMH'daki pay ile ilgili politikalar, üçüncü olarak ise part time çalışan kadın oranına bakılmışlardır. Üçüncü aşamada ise yeni girişimciler değil, var olan eski girişimcileri ele almışlardır. Analiz sonucu elde edilen bulgulara göre, girişimcilik aktivitelerindeki cinsiyet farklılığını bulurken lojistik regresyon (HLM) model kullanılmıştır. Sadece cinsiyet ve insan kaynakları değişkenleri ele alındığında erkeklerin kadınlardan 18 kat daha fazla girişimci olabileceği ortaya çıkmıştır. Ülkeler genelinde bakıldığında düşük GSMH, fakat yüksek toplumsal ilişkilere sahip olan ülkelerde girişimcilik en yüksek çıkmıştır. Bu ülkelerde yaşayan katılımcıların 13 kat daha fazla girişimci olduğu görülmüştür. Örneğin İzlanda da girişimciliğe az değer verildiği için düşük çıkmıştır. Cinsiyet ile ikinci aşamadaki üç politika ölçütüne bakıldığında çocuk bakımına ne kadar çok para harcanırsa cinsiyet ayrımcılığının o kadar arttığı görülmektedir. Bu durumda iş-aile çatışmasının azaldığı görülmektedir. Kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılmasında, kadınların çalışma için sahip olduğu motivasyon, çocuk bakımına en fazla pay ayıran ülkelerde en düşüktür. Part time çalışan kadınların olduğu ülkelerde kadınların daha az girişimci olduğu görülmüştür. Annelere ortalama ücretli izin sağlayan ülkelerde ise cinsiyet ayrımı daha azdır (Thebaud, 2011: 1-6).

Garba (2011) tarafından, iş genişletme gereksiniminde risk ve sermaye eksikliğine karşı, kadının girişimsel tutumu ve etkileri incelenmiştir. Bu çalışmanın örneklemini, Nijerya'nın Kano eyaletinden seçilmiş 30 kadın girişimci oluşturmaktadır. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, kadın

girişimcilerin iş genişletme gereksinimleriyle risk tutumları ve sermaye eksikliklerinin ilişkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sermaye eksikliği girişimcilerin iş genişletme gereksinimini olumsuz etkilerken, risk tutumu olumlu etkilemektedir. Bu nedenle sermaye eksikliği girişimcileri kısıtlayabilir ya da işlerini genişletmeleri için zorlayabilir (Garba, 2011: 38-47).

Mani (2011) tarafından, Hindistan'ın Tamilnadu Eyaleti'ndeki Tirunelveli bölgesindeki kadın girişimcilerin sosyo-ekonomik altyapısının incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, Tirunelveli Şehir Sanayi Merkezinden alınan listeden rastgele seçilen ve 31 Mart 2010 itibariyle merkeze üye olan 2516 kadın girişimciden 300 kişi (yaklaşık %12'si) araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Uygulanan anket ki-kare testi ve korelasyon ile analiz edilmiştir. Elde edilen verilerden oluşan sonuçlar incelendiğinde, Ki-kare testinin sonuçları girişimcilik ile sosyo-ekonomik profil değişkenlerinin, kast sisteminin, aile tipinin ve mal sahibi olmanın anlamlı bir ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur. Korelasyon analizi sonucu ise girişimcilikle karar verme yeteneği, ekonomik motivasyon, yönetim yeteneği, problem çözme ve risk alma isteği gibi kişisel özelliklerin arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmada küçük ölçekli işletmelerdeki kadınların girişimcilik karşısında farklı farklı özellikler sergilediği gözlemlenmiştir (Mani, 2011: 355-358).

Ismail, Shamsudin ve Chowdhury (2012) tarafından, Malezya'da iş kuran girişimci kadınlar üzerinde motivasyonel faktörlerin etkilerinin araştırılması amacıyla yapılan bu çalışmada, Kedah'ın kuzey tarafında Malezya'nın 14 eyaletinden biri olan Sintok örneklem alanı olarak belirlenmiştir ve örneklem 80 kadın girişimciden oluşmaktadır. Anketler küçük ve mikro ölçekli kadın iş yeri sahiplerine elden bire bir dağıtılmıştır. Toplanan veri SPSS kullanılarak analiz edilmiştir. Cinsiyet, yaş ve eğitim, deneyim ve kendi işinde çalıştığı süre gibi demografik değişkenleri kontrol eden bütün hipotezler regresyon analizi ve Pearson korelasyonu ile test edilmiştir. Korelasyon ölçümü bağımsız değişkenlerle (itici ve çekici motivasyonel faktörler) girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılmıştır. Analiz sonucu elde edilen bulgular çekici motivasyonel faktörlerin etkilerini anlamlı bulurken, Malezya'da iş kuran kadın girişimciler üzerinde itici motivasyonel faktörlerin de marjinal bir etkisinin bulunduğu sonucunu ortaya koymuştur. Malezyalı kadın girişimcilerin; güven, cesaret, güçlü irade, risk alma, yaratıcılık, yenilikçilik v.b. girişimsel yönelimlerini iyi anlamalarını ve bütün

bunların kadın girişimcilere motivasyon üzerine kısa kurslar verilerek öğretilbileceği ileri sürülmüştür (Ismail vd., 2012: 1-9).

Tablo 2. 3. Literatür Özet Tablosu

Yazar (lar)	Dönem	Araştırma Konusu	Örneklem	Analiz Yöntemi	Yorumlar
<b>Gatewood, Shaver ve Gartner</b>	1995	Potansiyel girişimcilerin ileride kendi işini kurma isteği ve yeni girişim yaratma başarısını tahmin etmede bilşsel faktörlerin kullanılıp kullanılmayacağını bulmak.	Küçük İşletme Gelişim Merkezi tarafından sağlanan 142 kişi (47 kadın, 95 erkek)	Araştırma nicel yöntem uygulanmıştır.	Özerk olma gibi içsel nedenlerle motive olan kadınların ve pazardaki bir fırsatın alınmaması gibi dışsal nedenlerle motive olan erkeklerin, girişimci olmadan önceki aşamada başarılı olma şanslarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.
<b>Zapalska</b>	1997	Polonyalı kadın girişimcilerin bir girişimci olarak efektif bir performans gösterebilmek için gerekli olan özellikleri taşıyıp taşımadıklarını araştırmak	Poznan, Krakow ve Varşova'daki 150 Girişimci (40 kadın, 110 erkek)	Araştırma nicel yöntem uygulanmıştır.	Motivasyon hususunda kadın girişimciler, kendi işlerini kurmalarının birincil sebepleri olarak şunları belirtmişlerdir: hayatlarını daha fazla kontrol edebilme, daha önceki işlerindeki tatminsizliği azaltma (genellikle devlet kurumu veya enstitü), bir iş bulma ve devlet sektöründen daha geniş finansal olanaklara sahip olma isteği. Birçok kadın kariyer seçimlerinin politik ve ekonomik motivasyonlardan etkilendiğini belirtmiştir.
<b>Littunen</b>	2000	Girişimin değişik aşamalarında girişimcinin kişisel karakteristiği ve bunun girişimcinin kişisel ilişkilerindeki değişime etkisini araştırmak	Finlandiya da 1990'dan itibaren iş hayatına başlamış olan 138 metal sanayi ve 62 hizmet sektörü firmalarından katılan 123 Girişimci	Korelasyon analizi ve T-Testi ile analiz edilmiştir.	Girişimcinin başka insanlarla olan ilişkilerindeki değişimin girişimcinin kişisel karakteristiğini etkilediği gözlenmiştir.
<b>Ufuk ve Özgen</b>	2001	Kadın girişimcilerin profilini aynı zamanda işin kurulmasında ve başlangıç aşamasında karşılaşılan zorlukları, alınan riskleri, kazanımları, girişimcilerin karakteristiği ve gelecek planlarını tespit etmek.	Ankara'da yaşayan 220 evli Kadın Girişimci	Korelasyon analizi ve G-Testi ile analiz edilmiştir	Kadınların girişimci olmadan önce bir işte çalışıp çalışmamaları, yaptıkları iş ve harcamaları, eğitim seviyelerine göre anlamlı bir şekilde değişmektedir. Kadın girişimcilerin sahip oldukları özellikler; kendine güven, cesaret, iletişim yetenekleri, sabır ve alçakgönüllülük olarak tespit edilmiştir.
<b>Gundry ve</b>	2001	Girişimciler tarafından seçilen stratejik	Dun's Marketing firmasının	Araştırmada faktör	Yüksek büyüme odaklı kadın

Tablo 2. 3. Literatür Özet Tablosu (Devam)

Welsch	2001	yolları ve bu yolların firmanın büyüme oryantasyonuyla ilişkisini tespit etmek aynı zamanda girişimcileri küçük işletme yöneticilerinden ayıran şeyleri de göz önünde bulundurmak.	veri tabanından seçilen 832 Kadın Girişimci	analizi uygulanmıştır.	girişimcilerin şu kısıtlamalara sahip olduğu tespit edilmiştir: teknolojik değişimi ve pazardaki büyümeyi baz alan stratejik hedefler, şirketin başarısı için güçlü bir adanmışlık, işletme için fedakarlık yapmaya büyük bir istek duymak, şirketin büyümesi için önceden plan yapmak vb.
<b>Carter, Gartner, William, Shaver ve Gatewood</b>	2001	Yeni girişimcilerin iş ve kariyer tercihlerinin sebepleri ile girişimci olmayan bireylerin aynı sorulara verdikleri cevapları karşılaştırmak.	Girişimsel Dinamiklerin Panel Çalışmasındaki veri tabanından sağlanan 558 Yeni Girişimci ve Karşılaştırma Grubu	Araştırmada faktör analizi ve ANOVA yöntemi uygulanmıştır.	Yeni girişimcilerin statü ve tanımını, girişimci olmayan bireylere göre daha az oyladıkları sonucu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca cinsiyete bağlı olarak, erkek katılımcıların finansal başarı ve yeniliği, kadınlardan daha çok oyladıkları tespit edilmiştir.
<b>Yetim</b>	2002	Sosyal sermaye olarak kadın girişimcilerin niteliklerini ve yeterliliklerini belirleyebilmek.	Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı 224 Kadın Girişimci	Araştırma da nicel yöntem uygulanmıştır	Kadın girişimcilerin, aileye ek gelir sağlama, kendi niteliklerine uygun ücretli çalışma olanağına erişememe gibi girişimciliğe iten nedenlerle iş kurdıkları, ayrıca bağımsız ve özerk olma, daha üretken olabileme gibi faktörler çerçevesinde girişimciliğe yönelimleri tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin sahip oldukları eğitim düzeyinin, önemli bir sosyal sermaye kaynağı olduğu tespit edilmiştir.
<b>Minniti ve Arenius</b>	2003	Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme programı kapsamında bazı farklılıkları ve onların sebeplerini araştırarak global raporda sunulan analizi kadın girişimcilik üzerinden açmak ve geliştirmek.	37 Ülke	Araştırmada korelasyon analizi uygulanmıştır.	Girişimciliğin, ekonomik gelişme ve yeni iş yaratmaya sayısız katkılarının olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak yetişkin bir kadının, girişimcilik potansiyeli gelişmiş ülkelerde daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.
<b>Hughes</b>	2003	Kanadalı kadınların motivasyonel faktörleri ve yatırım türleri ile ekonomik başarıları arasındaki ilişkinin	Kanada İstatistik Kurumunun Tüketici Finansı Anketi, Census ve İş gücü anketinden	Veri analizi nicel yazılım olan NUD*IST/N-	Girişimcilerin farklı motivasyon faktörleri, onların ekonomik başarı ve yatırım türleri gibi kararlarını etkilediği



Tablo 2. 3. Literatür Özet Tablosu (Devam)

		araştırıldığı çalışmada motivasyon faktörlerini üç tip girişimcilik temelinde incelenmiştir.	elde edilen ulusal eğilimlerin analizi ve Alberta'daki kurumlardan ulaşılan 61 Kadın Girişimci	VIVO ve istatistiksel yazılım olan SPSS kullanılarak yapılmıştır.	tespit edilmiştir.
<b>Mitchell</b>	2004	Güney Afrika'nın sosyo-ekonomik çevresinde yeni iş kuran bireylerin girişimciliğe motivasyonunu, kadın ve erkek girişimcilerin motivasyonel faktörlerinin arasında fark olup olmadığını, kadın ve erkek girişimcilerin demografik kriterlerinde bir fark olup olmadığını ortaya koymak.	Get Ahead Financial Services (GAFS) adlı finans firmasından kredi alan girişimciler arasından seçilen 101 Girişimci	Çalışmada faktör analizi, sıklık analizi ve ki-kare testi uygulanmıştır.	Kadın ve erkek girişimcilerin, motivasyonel faktörleri arasında anlamlı farklılık olduğu, kadın ve erkek girişimcilerin demografik kriterlerinde ise birçok değişkende anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Motivasyonel faktörlerin ise hayatta kalma, finansal bağımsızlık ve güven, negatif bir durumdan kaçış ve kişisel olarak ilerleme olduğu tespit edilmiştir.
<b>Kutanis ve Hanci</b>	2004	Adapazarı ve Kocaeli çevresindeki kadın girişimciler incelenerek kadın girişimcilerin girişimlerinde ve sosyal hayatlarında "kişisel özgürlüklerini" algılama ve kullanabilme dereceleri belirlenmek.	25 Kadın Girişimci	Araştırma kalitatif (nitel) bir özellik taşımaktadır.	Motivasyon faktörleri arasında sosyal statü kazanma, kendi işini kurabilme gibi faktörlerin kişisel özgürlük adı altında birleştirilebilmesi, Türkiye'de kadın girişimciler için kişisel özgürlük veya bağımsızlığın önemli bir belirleyici unsuru olarak ortaya çıktığı tespit edilmiştir.
<b>Yağcı ve Bener</b>	2005	Girişimci kadınların demografik ve genel karakteristikleri ile kadınları girişimciliğe motive eden faktörleri belirlemek.	Ankara Ticaret Odasına kayıtlı 104 Kadın Girişimci	Çalışmada frekans dağılımı yapılmış ve ki-kare testi uygulanmıştır.	Bağımsızlık, başarılı olma, evin bütçesine katkıda bulunma isteği, maddi rahatlık olduğu tespit edilmiştir. Girişimci kadınların %99'u girişimcilikte başarılı olmak için gerekli gördükleri ön şartların başında "çok çalışma, içtenlik, kendini adanmak" olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 2. 3. Literatür Özet Tablosu (Devam)

<b>Çakıcı</b>	2006	Kadımlarca kurulan veya ortak olunan işletmelerde, kadınların iş yaşamlarını etkileyen faktörlerin bir değerlendirilmesini yapmak	Mersin’de faaliyet gösteren 200 Kadın Girişimci	Araştırma da nicel yöntem uygulanmıştır.	İş yaşamında etkili olabilmede gerekli kişilik özelliklerinden özgüven, dürüstlük, risk üstlenme ve cesaret ön plana çıkmaktadır. Kaliteli iş yapma, disiplinli çalışma ile yenilikleri ve gelişmeleri izleme başarıyı artıran unsurlar olarak görülürken; makro nedenler, finansal yetersizlikler ve haksız rekabet başarıyı sınırlayan en önemli faktörler olduğu tespit edilmiştir.
<b>Şahin</b>	2009	Konya ilinde çeşitli sektörlerde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin; girişimcilik özellikleri başta olmak üzere, kadın girişimcilerin genel profilinin belirlenmesi amacıyla liderlik ve motivasyon özelliklerinin ve karşılaştıkları sorunların, bu sorunların aşılmasına etkili faktörlerin incelenmesi.	Konya Barosuna kayıtlı avukatlar, Konya Eczacılar Odasına kayıtlı kadın girişimciler ve Konya Ticaret Odasına kayıtlı kadın girişimciler oluşan 672 Kadın Girişimci	Tek Örnek T-Testi ile analiz edilmiştir.	Kadın girişimcilerin iş hayatında; çalışma yaşamının kalitesine önem veren ve kalite üzerine odaklanan, yaratıcılığı, esnekliği, işletme yönetiminde insani yaklaşımları öne çıkaran, işletmelerini yönetirken sosyal ve kültürel amaçlara finansal amaçlar kadar önem veren bir yaklaşımın bütününe sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır
<b>Afza, Osman ve Rashid</b>	2010	Pakistan’ın uzak bölgelerindeki kırsal alanda yaşayan kadın girişimcilerin girişimci davranışlarını belirlemek	Çalışan toplumsal organizasyonlardan (CBO) sağlanan çalışan 200 Kadın Girişimci	Nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır.	Kadınları girişimciğe motive eden faktörler olarak; daha yüksek sosyal statü kazanmayı, yüksek ekonomik kazancı, bağımsız istihdam ailesi tarafından teşvik, ailenin ekonomik ihtiyacı, devlet/hükümet tarafından sunulan teşviklerin etkili olduğu tespit edilmiştir.
<b>Boateng, Isabaliya ve Indome</b>	2010	Gelişen ülkelerdeki bilişim sektöründe çalışan kadın girişimcilerin temel sorunlarını ve motivasyonel faktörlerini ortaya koymak.	1 Kadın Girişimci	Araştırma kalitatif (nitel) bir özellik taşımaktadır (Vaka çalışması).	Motivasyonel faktörlerin; çekici faktörler (bağımsızlık ihtiyacı, başarıma ihtiyacı, finansal sebepler, kişisel gelişim, kendini tatmin etme, sosyal statü, esneklik) ve itici faktörler (iş ihtiyacı, cam tavan, durgunluk ve finansal sebepler), karşılaştıkları zorluklarda ise birden fazla rol alma (ev hanımlığı ve iş kadınlığı), işçi çalıştırma, az gelişmiş bölgede

Tablo 2. 3. Literatür Özeti Tablosu (Devam)

								çalışma, rakiplerle rekabet olduğu tespit edilmiştir.
<b>Okafor ve Amalu</b>	2010	Kadın girişimcileri etkileyen motivasyonel faktörler ile kadın girişimciliğin zorlukları arasındaki ilişkiyi incelemek.	Güneybatı Nijerya'nın 3 eyaleti olan Lagos, Ogun ve Oyo State'den seçilen 570 Kadın Girişimci	Araştırmada korelasyon analizi uygulanmıştır.	Korelasyon analizinin sonuçları, kadın girişimcilerin iş hayatında karşılaştıkları zorluklarla motivasyonel faktörler arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır.			
<b>Bledsoe ve Oatsvall</b>	2010	Güneydoğudaki Meredith College'nde eğitim görmüş kadın girişimcileri araştırmak	Güneydoğudaki Meredith College'nde eğitim görmüş 33 Kadın Girişimci	Araştırma nicel yöntem uygulanmıştır.	33 kadın girişimci, aile finansmanı ile girişimci olmaya karar vermiştir. Bu ankete katılanların % 53'ü işe kendilerinin başladıklarını ancak büyük bir kısmı aile finansmanı sayesinde tuttuklarını belirtmiştir.			
<b>Özdemir</b>	2010	Girişimciliğe aday olan kadınların, girişimci olma kararlarını veya isteklerini etkileyen motivasyon faktörlerini belirlemek	KA-DER'in Nisan 2008-Eylül 2008 dönemini kapsayan ve Avrupa Birliği Hibe programı çerçevesinde desteklenen Kadınlar Girişimcilikle Güçleniyor" eğitim projesine katılan kişilerin listesinden sağlanan 13 Kadın Girişimci	Niteliksel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla elde edilen veriler tümevarım yoluyla analiz edilmiştir.	Birçok görüşmecinin hak ettiği değeri göremediğine, emeğinin karşılığını alamadığına inanması, onların temel itici faktörlerini oluşturduğu, çekici faktörler arasında ise bağımsız ve özgür olma isteği en güçlü motivasyon faktörlerini oluşturduğu tespit edilmiştir.			
<b>Narayanamy, Rasiah ve Jacobs</b>	2011	Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farkları ölçüp bu farkların girişimciliğin gelecekteki gelişimi için nasıl kullanılacağını tespit etmek.	Malezya'daki farklı eyaletlerden seçilen 21 Girişimci (10 erkek, 11 kadın)	Araştırma nicel yöntem uygulanmıştır.	Cinsiyet farklılıklarının kökünde, karakteristik farklılıkların büyük faktörler olduğunu söylemek için yeterli kanıt bulunduğu, ayrıca kadın ve erkek girişimcilerin farklı yeteneklerinin girişimcilik dünyasına anlamlı etkide bulunduğu tespit edilmiştir.			
<b>Fuad, Bohari ve Hin</b>	2011	Malezyalı kadınların demografik profilinin özelliklerini inceleyip daha sonra Malezyalı kadın girişimcilerin demografik karakterleri üzerinden kadın girişimcilerin profilini ortaya çıkarmak.	USAHANITA sisteminde bulunan ve de BIT'le alakalı işler yapan 150 Malezyalı Kadın Girişimci	Araştırma nicel yöntem uygulanmıştır.	Katılımcıların %47,1'inin iyi bir eğitim aldığı, en yüksek oranın lisans yapanlarda olduğu görülmüştür. Katılımcıların %44,22'si evli, %32'si boşanmış yada dul, %7,6'sı bekar ve de diğerleri %3,5'tur. Katılımcıların bir şirket kurmak için öncelikli sebeplerini;			

Tablo 2. 3. Literatür Özet Tablosu (Devam)

<b>Thebaud</b>	2011	Sosyal politikaların 24 gelişmiş ülkedeki kadın ve erkeklerin girişimcilik oranlarını etkileyip etkilemediğini araştırmak	OECD ülkelerinden alınan ulusal göstergelerden, Dünya Bankasından ve diğer kaynaklardan derlenen 24 sanayileşmiş ülkedeki 18 yaş üzeri 2001-2006 yılları arasında ankete katılan 301.989 Kadın ve Erkek Girişimci	Araştırmada regresyon ve korelasyon analizi uygulanmıştır.	Cinsiyet ve insan kaynakları değişkenleri ele alındığında, erkeklerin kadınlardan 18 kat daha fazla girişimci olabileceği ortaya çıkmıştır. Ülkeler genelinde bakıldığında düşük GSMH; fakat yüksek toplumsal ilişkilere sahip olan ülkelerde, girişimciliğin en yüksek çıktığı tespit edilmiştir.
<b>Garba</b>	2011	İş genişletme gereksiminde risk ve sermaye eksikliğine karşı, kadının girişimsel tutumunu ve etkilerini araştırmak.	Nijerya'nın Kano eyaletinden seçilmiş 30 Kadın Girişimci	Araştırmada korelasyon analizi uygulanmıştır.	Kadın girişimcilerin, iş genişletme gereksinimleriyle risk tutumları ve sermaye eksikliklerinin ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Sermaye eksikliği, girişimcilerin iş genişletme gereksinimini olumsuz etkilerken, risk tutumu olumlu etkilemektedir.
<b>Mani</b>	2011	Hindistan'ın Tamilnadu Eyaleti'ndeki Tirunelveli bölgesindeki kadın girişimcilerin sosyo-ekonomik altyapısını incelemek	Tirunelveli Şehir Sanayi Merkezinden alınan listeden rastgele seçilen 300 Kadın Girişimci	Veriler ki-kare testi ve korelasyon ile analiz edilmiştir.	Girişimcilik ile sosyo-ekonomik profil değişkenlerinin, kast sisteminin, aile tipinin ve mal sahibi olmanın anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.
<b>Ismail, Shamsudin ve Chowdhury</b>	2012	Malezya'da iş kuran girişimci kadınlar üzerinde motivasyonel faktörlerin etkilerini araştırmak	Malezya'nın eyaleti olan Sintok'tan seçilen 80 Kadın Girişimci	Veriler regresyon analizi ve Pearson korelasyonu ile test edilmiştir.	Malezya'da iş kuran kadın girişimciler üzerinde çekici motivasyonel faktörlerin etkileri anlamlı bulunurken, itici motivasyonel faktörlerin de marjinal bir etkisinin bulunduğu sonucu tespit edilmiştir.

### 2.2.7. Türkiye’de Kadın Girişimciliği Alanında Faaliyet Gösteren Kurum ve Kuruluşlar

Türkiye’de cumhuriyetin ilk yıllarında iktisadi gelişme devlet eliyle gerçekleştirilirken özel teşebbüs de özendirilerek girişimci yaratmak için politikalar uygulanmaya çalışılmıştır. 1950-1980 döneminde de özel sektörün gelişmesi için çabalar sürdürülürken 1980 sonrasında ihracata dönük ekonomi politikalarının izlenmesiyle beraber serbest piyasa ekonomisi ve özelleştirmelerin etkileriyle kamu teşebbüslerinin önemi azalmıştır. Günümüzde ise dünyada olduğu gibi Türkiye’de de girişimciliğin ülke kalkınmasında önemli bir yer edindiği görülmektedir. 2007-2013 dönemini kapsayan 9. Kalkınma Planında aktif işgücü politikalarının geliştirilmesi başlığı altında girişimcilik politikalarının desteklenmesine önem verilmekte, girişimcilik ve istihdam garantili programlar, mesleki danışmanlık ve rehberlik hizmetleri ile mesleki eğitim kursları yoluyla etkili iş gücü politikalarının uygulanması hedeflenmektedir. Gelir dağılımının geliştirilmesi için de özellikle kırsal kesimde ve az gelişmiş bölgelerde girişimcilik teşvik edilmelidir. Girişimciliğin ve yenilikçiliğin gelişmesi ve iş gücü verimliliğinin artması ile Türkiye’nin son yıllarda dünya ekonomisi içerisindeki yükselişi devam edecektir. Öne çıkan girişimcilik anlayışı ile özel sektör devlet ortaklığı temelinde, yeni teknolojilerin ve yenilikçiliğin gelişmesini hedeflemektedir (Girişimcilik Raporu, 2011: 4).

Dünyada ve ülkemizde girişimcilik, yarattığı istihdam olanakları, ihracat ve ekonomiye katkıları nedeniyle gelişmekte olan ekonomilerde önemli bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Ülkemizde girişimcilere destek sağlayan pek çok kuruluş vardır. Bu kuruluşlar girişimcilere, finansman, eğitim, yatırım, danışmanlık, istihdam, Pazar, ihracat, bilgi, araştırma-geliştirme konularında destek sağlar. Girişimcilere destek sağlayan kurumlar arasında özel şirketler, sivil toplum kuruluşları, çeşitli kamu ve kuruluşları gibi farklı yapılanmalar mevcuttur (Girişimci Kılavuzu, 2011: 63). Kadın kuruluşları, kadınların karşılaştıkları çok boyutlu sorunlara dikkat çekmişlerdir, bir yandan da onların girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi için çok kademeli müdahalelere ihtiyaç duyulduğunun altını çizmişlerdir (Ecevit, 2007: 40).

### **2.2.7.1. Kamu kuruluşları**

Kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), bu konudaki kamu kurum ve kuruluşlarını oluşturmaktadır.

#### **Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)**

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Başbakanlık bünyesinde kadınlara yönelik politikalar özelinde eşgüdüm ve yürütme işlevleri olan bir yapıdır. Kadınlara eşitlik içinde, sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi alanlarda hak ettikleri statüyü kazandırmak üzere şimdiki adıyla Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü; 20 Nisan 1990 günlü Resmi Gazete’de yayımlanan 422 sayılı KHK ile “Kadının Statüsü ve Sorunları Başkanlığı” adıyla ve Başbakana bağlı olarak kurulmuştur ([www.kadininstatusu.gov](http://www.kadininstatusu.gov)).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgisi nedeniyle, kadının işgücüne katılımının önündeki engellerin ortadan kaldırılmasından sorumludur. Üst düzeyde politika belirleyen bir kamu kuruluşu olarak genel müdürlükten beklenen, kadınların işgücü piyasasına erkeklerle eşit koşullarda girmesini sağlamak üzere diğer kamu kurumlarını harekete geçirmek ve kadın istihdamını arttırmaya yönlendirmektir (Ecevit, 2007: 40). Kadınların sosyal yaşamın her alanında güçlendirilmesine yönelik politikalar geliştirilmesinden ve uygulanmasından sorumludur. Bu yönüyle, Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamanın ulusal kurumsal mekanizması konumundadır (Dinçoflaz, 2009: 138).

#### **Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)**

KOSGEB, 1990 yılında kurulmuştur ve KOBİ’leri birçok konuda desteklemektedir. Bu desteklerle KOSGEB, KOBİ’lerin teknolojik becerilerini geliştirmeyi, eğitim, bilgiye erişim ve kullanım olanaklarını iyileştirmeyi, uygun finansal mekanizmalarla tanışmalarını sağlamayı, yönetim altyapılarını iyileştirmeyi amaçlamaktadır (Girişimcilik Kılavuzu, 2011: 68-69).

KOSGEB ile ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümünün temel faktörü olan girişimciliğin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması, başarılı ve sürdürülebilir işletmelerin kurulması, girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması, İş

Geliştirme Merkezlerinin kurulması ile girişimciliğin geliştirilmesi, istihdamın artırılması ve yerel dinamiklere dayalı girişimciliğin desteklenmesi amaçlanmaktadır (www.kosgeb.gov.tr).

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

KOSGEB'in iş kurmayı izleyen aşamalara yönelik sunduğu hizmetler yalnızca imalat kesimindeki işletmelerle sınırlıdır. Hizmetler sektöründe, işyerinin kuruluşundan sonraki dönemde ihtiyaç duyulan, yönetim eğitimi, danışmanlık, kalifiye işgücü desteği gibi hizmetler sadece imalat sanayindeki işletmelere sunulmaktadır. Kadınlar tarafından işletilen ve sıklıkla hizmetler sektöründe yer alan küçük işletmeler bu nedenle KOSGEB tarafından sağlanan bu hizmetlerden yeterince yararlanamamaktadır. Öte yandan, özel olarak kadınlara yönelik bir kuruluş olmamakla birlikte, KOSGEB İş Geliştirme Merkezlerinde, kadın işletme sahiplerine destek sağlanmaktadır. Kadınların işletmelerinin sayısı 39'dur. KOSGEB 2005 yılında 50 eğitim programı gerçekleştirmiştir. KOSGEB sivil toplum kuruluşlarını ve kadın gruplarını bu programlara katılmaya özendirdiğinden bu eğitimi alan kadın sayısının gelecek yıllarda artması beklenmektedir ( Dinçoflaz, 2009: 141).

### **Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)**

Türkiye İş Kurumu iş gücü piyasasındaki gelişmeleri izlemekten, gerekli önlemleri almaktan ve piyasalarda iş gücü arzı ile talebini denkleştirmekten sorumlu kurulmuştur. Kuruluş bu amaçla iş bulma ve işe yerleştirme, yaygın mesleki eğitim, iş üzerinde eğitim gibi hizmetlerin yanı sıra diğer aktif iş gücü piyasası politikalarını uygulamaktadır (Girişimcilik Kılavuzu, 2011: 76). İşsiz olup iş arayan herkesin yasa gereği İŞKUR kaydının olması zorunludur. Bununla birlikte İŞKUR, iş arama ve işe yerleştirme gibi hizmetler söz konusu olduğunda, tek kuruluş durumunda değildir. Çünkü İş Yasası'nda 2004 yılında yapılan bir değişiklikle özel istihdam bürolarının çalışması da yasal hale getirilmiştir (Ecevit, 2007: 8).

İŞKUR'un 2004'ten 2006'ya kadar desteklemiş olduğu projeler bulunmaktadır. Desteklenen projeler arasında kadınlara yönelik olanlardan bazıları şunlardır (Dinçoflaz,2009:144):

- Ümitköy'den Sincan'a Çağdaş Yaşam İçin Kadınların Eğitimi
- Kadın ve Gençlik Platformu Derneği Mücevher Tasarımı ve İş Eğitim Merkezi Projesi
- Antalya Burdur Belediyesi Burdur'da El Sanatları Ürünlerini Geliştirme (Alaca Dokuma)
- Isparta Ticaret ve Sanayi Odası Isparta Kilim Dokuma, Pazarlama ve Destek Projesi.

#### **2.2.7.2. Sivil toplum kuruluşları**

Kadın girişimcilerin gelişimini destekleyen sivil toplum kuruluşlarından Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Kadın Merkezi (KAMER), Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV), Kadın Adayları Destekleme ve Eğitime Derneği (KA-DER), Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GİDEM), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), bu konudaki kuruluşları oluşturmaktadır.

#### **Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)**

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği, Eylül 2002'de 38 kadın girişimci tarafından ülke çapında faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul'da kuruldu. KAGİDER bugün farklı sektörlerde aktif olarak çalışan ve değer üreten 250 kadın girişimci üyesi ile büyümeye ve güçlenmeye devam etmektedir. KAGİDER, Türkiye'de kadın girişimciliği ve liderliğini geliştirmek temel amacı ile çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çerçevede KAGİDER İstanbul'da ve Anadolu'nun farklı illerindeki kadın girişimcilere iş kurma ve geliştirme süreçlerinde kapsamlı eğitimler sağlamanın yanı sıra, kadın girişimci adaylarına inkübasyon, danışmanlık ve montörlük desteği sunar. Diğer taraftan genç kadınlar arasında farkındalık yaratma ve bilinç yükseltme çalışmaları ile onları daha iyi eğitim almaları ve iş yaşamına başarılı geçişleri yönünde destekler ([www.kagider.org](http://www.kagider.org)).



### **Kadın Merkezi (KAMER)**

Kadın Merkezi (KAMER), 1997 yılında kurulmuş, kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Hedefi, kadınların hukuksal, ekonomik, siyasal ve toplumsal açıdan güçlendirilebilmelerine katkı sağlamak ve kadınların uzun dönemli istihdamı ve eğitimi için destek mekanizmaları geliştirmektir. KAMER, kadınların kendi hakları hakkında ve bu hakların ihlali konusunda bilinç ve duyarlılık geliştirmelerine, çeşitli kamusal etkinliklere ve istihdama katılmak üzere evlerinden çıkmalarına yardımcı olmak ve kadın istihdamını arttırmak gibi amaçlara sahiptir. KAMER iş fikri geliştirme kursları düzenlemekte ve bu alanda istekli kadınlara eğitim vermektedir (Girişimcilik Raporu, 2011: 22).

### **Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)**

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), 1986 yılında dar gelirli kadınların yaşam kalitelerini ve ekonomik durumlarını iyileştirmelerine destek olmak ve yerel kalkınmada liderliklerini güçlendirmek amacıyla kurulmuş, kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütüdür (Girişimcilik Kılavuzu, 2011: 67).

KEDV; kadınların ihtiyaç odaklı örgütlenmelerini desteklemek amacıyla eğitim ve danışmanlık hizmeti verir. Son yıllarda KEDV'in çabalarıyla kadınlar arasında kooperatifleşme hareketi başlamıştır. KEDV şimdiye kadar Türkiye'nin çeşitli kentlerinde 26 kooperatifin kuruluşunu desteklemiş, kooperatif kurma ve yönetme konusunda bir eğitim programı geliştirmiş ve kılavuz hazırlamıştır. Kadın Kooperatiflerini desteklemek amacıyla kendi bünyesinde Kadın Kooperatifleri İletişim ve Destek Merkezi'ni oluşturmuştur. 2004 yılından itibaren Kadın Kooperatiflerinin bir araya gelmeleri, birbirleriyle bilgi ve deneyimlerini paylaşabilmeleri ortak sorunların çözümü için iş birlikleri geliştirilebilmeleri için fırsatlar yaratmıştır. 2008 yılında da Kadın Kooperatifleri İletişim Ağı'nın kuruluşunu kolaylaştırmıştır ([www.kedv.org](http://www.kedv.org)).

KEDV ayrıca 2002 yılında Maya adında bir iktisadi işletme kurmuştur. Maya'nın amacı, küçük çaplı bir iş yapmakta olan dar gelirli kadınlara, bu işlerini geliştirebilmeleri ve ekonomik hayata aktif olarak katılabilmeleri için küçük miktarlarda borç para vermektedir. Maya, Türkiye'nin ilk mikro kredi kurumudur (Girişimcilik Kılavuzu, 2011: 67).

### **Kadınlara Dayanışma Vakfı (KADAV)**

Kadınlara Dayanışma Vakfı (KADAV), 1999 Körfez depreminde zarar gören ve sosyo-ekonomik açıdan desteksiz kalmış kadınlarla dayanışma amacıyla İstanbul'da bir araya gelen geniş katılımlı bir kadın platformunun çalışmalarından doğdu. Merkezi İstanbul'da bulunan Vakfın, kurucularıyla birlikte toplam 40 üyesi, 15 kişilik aktif gönüllüsü ve proje elemanları bulunuyor. Temmuz 2001'de tüzel kişiliğini KADAV'ın amacı, kadınlara özgürleşmenin yollarını açacak, ekonomik ve sosyal olarak güçlenmelerini sağlayacak imkân ve araçlar yaratmak, bilgilendirici faaliyetler düzenlemek ve her alanda dayanışmayı örgütlemek ([www.siviltoplum.com](http://www.siviltoplum.com)).

KADAV, 2003 yılında Kocaeli/Köseköy'de "İlk Adım Kadın Eğitim ve Kültür Merkezi" ni açmıştır. Bu merkez, mesleki eğitim kurslarının yanı sıra şiddete maruz kalan kadınlara hukuksal ve psikolojik danışmanlık hizmetleri de verilmiştir. KADAV, kadın istihdamına yönelik çalışmalarını hükümet birimleri, mesleki kuruluşlar ve sendikalarla eşgüdüm içinde sürdürmektedir. Bu bağlamda, bölgede kadın istihdamını artırmaya yönelik olarak Kocaeli'nde İstihdam Geliştirme Projesi, Kocaeli Belediyesi, Kocaeli Üniversitesi ve Kocaeli İŞKUR'la birlikte başlatılmıştır (Ecevit, 2007: 33).

### **Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği (KA-DER)**

1997 yılında kurulan KA-DER'in misyonu, kadınların seçimle ve atamayla gelinen tüm karar mekanizmalarında eşit temsilini sağlamaktır. KA-DER'in amacı kadınların politikaya katılımını engelleyen ekonomik, sosyal, kültürel ve yasal engellerin ortadan kaldırılması, kadınların karar mekanizmalarında eşit temsilini sağlamak için geçici özel önlem politikalarının yasalarda ve siyasi parti tüzüklerinde yer alması, partili ve partisiz kadınların güçlendirilmesi, aday olmaya teşvik edilmesi ve görünür kılınması, siyasi partilerde yer alan kadınlar arasında; onlarla kadın hareketi arasında, kadın sorunları ve politikaları konusunda iş ve güç birliğinin gelişmesi amacıyla, lobi, savunma, kampanya, örgütlenme ve eğitim çalışmaları yapmaktır ([www.ka-der.org](http://www.ka-der.org)).

### **Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GİDEM)**

GİDEM, Sürdürülebilir İnsani Kalkınma prensiplerinden yola çıkılarak, GAP Bölge Kalkınma İdaresi, KOSGEB, Türkiye Kalkınma Bankası ve Türkiye

Odalar ve Borsalar Birliği ortaklığında ŐekillenmiŐtir (Tek, 2008: 41). Girişimci merkezleri esas olarak bōlgedeki dōrt ilde (Adıyaman, Diyarbakır, Mardin ve Őanlıurfa) faaliyet gōstermekte ise de, başka illerdeki de dahil olmak ũzere bōlgedeki iş yerlerine hizmet vermektedir. Girişimci destekleme merkezleri eğitim, danışmanlık ve enformasyon alanlarında hizmet sunmaktadır. Girişimci destekleme merkezlerinin programlarında sekiz fırsat penceresi bulunmaktadır ve bunlardan biri de kadın girişimcilere yōnelik geliştirilmiştir (Diņoflaz, 2011: 143).

### **Tũrkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)**

TOBB, 1950 yılında kurulmuştur. TOBB, Özel sektōrũn Tũrkiye’de mesleki ũst kuruluşu ve kanuni temsilcisidir. TOBB’un halen, yerel dũzeyde, ticaret, sanayi, ticaret ve sanayi, deniz ticaret odaları ve borsalar Şeklinde oluŐmuŐ 365 ũyesi bulunmaktadır. Tũm ũlke çapında yayılmıŐ olan oda ve borsalara, çeşitli bũyũklũklerde ve bũtũn sektōrlerden bir milyonun ũzerinde firma kayıtlı bulunmaktadır. TOBB, Tũrk giriŐimcisinin çalışmalarına Őncũlũk ve liderlik eder, KOBİ’lere bilgi, eğitim ve danışmanlık hizmeti sunar (Girişimcilik Raporu, 2011: 24).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM MATERYAL VE YÖNTEM

### 3.1. ARAŞTIRMANIN SORUSU

Kadın girişimcilerin mevcut durumları gözden geçirilerek, kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörleri tespit etmek amacıyla yönelik olarak bu araştırma, Gaziantep İli'nde yer alan kadın girişimciler üzerinde yapılmış ve kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörlerin neler olduğuna cevap aranmıştır. Bu nedenle bu araştırmanın araştırma sorusu;

“Kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörler nelerdir?” şeklinde oluşturulmuştur.

### 3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, kadın girişimcilerin mevcut yapılarının gözden geçirilerek, kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörlerin neler olduğunu belirlemek ve elde edilen bulgular ile ileride girişimci olmak isteyen kadınlar için rehber olabilecek bir uygulama örneği sunmaktır. Söz konusu amaca yönelik olarak, araştırma sonuçlarına göre elde edilen temel bilgilerden yararlanarak;

- Kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörlerin neler olduğunu ortaya çıkarmak,
- Kadın girişimcilere ve girişimci olmak isteyen kadınlara yararlı olabilecek veri ve önerilerde bulunabilmek, alt amaçlar olarak belirlenmiştir.

### 3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüzün rekabetçi ve dinamik doğasını yönetebilmek için, bugünün ekonomi bilgisinde girişimciliğin yeri oldukça önemlidir. Günümüz dünyasında, küçük işletmeler ve henüz yeni oluşan işletmeler girişimcilik için bir araç olmaktan çok işsizliğe, sosyal ve politik duruma katkıda bulunmakla kalmamakta aynı

zamanda yenilikçi ve rekabetçi bir güç oluşturmaktadır. Bununla birlikte, son yıllarda tüm dünyada kadınların işgücüne katılım oranları ve istihdamları artmakta, buna paralel olarak da kadın girişimci sayısında da önemli bir artış meydana gelmektedir. Kadın girişimcilerin yaygınlaşmasının, ekonomik kalkınmaya etkisi dikkate alındığında, özellikle de Gaziantep İli'nde kadın girişimci sayısının daha da arttığı göz önünde bulundurulduğunda, bu araştırma girişimci olmak isteyen kadınları desteklemek ve kadın girişimcileri daha başarılı olmaya teşvik etmek amacıyla kadınları girişimci olmaya yönelten unsurların neler olduğunun belirlenmesi yönünden önem taşımaktadır.

### **3.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI**

Bu araştırma 2011 yılının Haziran ayında yapılmıştır. Araştırmanın ana kütlesi Gaziantep İli'ndeki kadın girişimcileri kapsamaktadır. Araştırmanın konusunun kapsamı araştırma konusuyla sınırlıdır.

Araştırmanın Gaziantep İli'ndeki kadın girişimciler ile sınırlandırılması ve araştırma sürecince görüşülen kişilerin sadece kadın girişimci olmasına özen gösterilmesi bu araştırmanın kısıtıdır.

### **3.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten faktörleri belirlemeyi amaçlayan nitel bir araştırmadır. Nitel araştırma yapmadaki amaç, belli bir olayı, kendi bütünlüğü içinde ve doğal ortamında, tümüyle en ince ayrıntısına kadar ve en somut şekilde kavrayabilmek ve bu tür bir kavrayışın ve onun sağlayacağı açıklama, keşif ve tanıya ulaşabilmektir (Ger, 2009: 3).

Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden biri olan vak'a analizi (durum çalışması, örnek olay çalışması) yöntemi kullanılmıştır. Görüşme yapılan kadın girişimcileri daha iyi tanımaya yönelik 22 adet sorudan oluşan bir form görüşme sonrasında görüşmeciye doldurtulmuştur (EK:1). Vak'a analizi nasıl ve niçin sorularını temel alan, araştırmacının kontrol edemediği bir olgu ya da olayı derinlemesine incelemesine olanak veren araştırma yöntemi (Yıldırım ve Şimşek, 2008:278) olarak kabul edilmektedir.

### 3.5.1. Araştırmanın Evreni

Bu araştırmanın ana kütlesini, Gaziantep İli'nde bulunan kadın girişimciler oluşturmaktadır. Araştırmada, araştırma evreninin tamamına ulaşma imkânı bulunmadığından, araştırma uygulamasının yapılması için örneklem seçme yoluna gidilmiş, amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu veya zincirleme örnekleme kullanılmıştır. Bu yaklaşım, araştırmacının problemine ilişkin olarak zengin bilgi kaynağı olabilecek birey ya da durumların saptanmasında özellikle etkilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 111). Bu yöntemde, araştırmacı ilk seçimi kendisi yapmış, ondan sonra ki örneklem elemanları ise daha önce bulunmuş olan (çekirdek elemanlar ve onların seçtiği diğer) elemanlar tarafından bulunmuştur. Bu seçimler zincirleme olarak birbirini takip etmiştir. Bu yöntemle, gidilen bir kadın girişimciden tanıdığı bir başka kadın girişimciye ait adres bilgileri alınmış ve böylece görüşmenin uygulanmasına devam edilmiştir.

Araştırmacı, ortaya çıkan kavramlar ve süreçler birbirini tekrar etmeye başladığı zaman yeterli sayıda veri kaynağına (örneğin bireyler) ulaştığına karar verebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 115). Bu yöntemle, toplam 20 kadın girişimciye ulaşılmış, bu kadın girişimcilerle yüz yüze görüşerek randevu talep edilmiştir. 20 kadın girişimciden 12 kadın girişimci ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

### 3.5.2. Görüşme Sorularının Hazırlanması

Görüşme, yapılandırılmamış sorulardan oluşmaktadır. Yapılandırılmamış görüşmeler, görüşmeciye geniş bir hareket ve yargı serbestisi veren, esnek, kişisel görüş ve yargıların kökenlerine inmeyi sağlayan bir görüşme şekli olarak kabul edilebilir (Karasar, 2005: 166). Yapılandırılmamış görüşme soruları, önceden belirlenmemiş ve standartlaştırılmamıştır; bunun yerine görüşmeye başlamak ve görüşmeyi sürdürmek için genel sorular kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 121). Görüşme ilerledikçe önceden belirlenen amaç olan kadın girişimcileri girişimciliğe yönelten faktörlerin ne olduğuna doğru yoğunlaşmıştır. Yanıtlar için önceden kodlanmış kategoriler oluşturulmamıştır.

### 3.5.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma verilerini elde etmek için görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme, bireylerin, çeşitli konulardaki bilgi, düşünce, tutum ve davranışları ile bunların olası nedenlerinin öğrenilmesinde en kestirme yoldur. Görüşme, özellikle

üst yöneticilerden veri toplamak için idealdir. Çoğu kimse, düşündüklerini açıklamada, sözlü anlatımı, yazılı anlatıma tercih eder. Görüşmede, söylenenlerin yüzeysel anlamları yanında, gerçek ve derinliğine anlamları da çıkarılabilir (Karasar, 2005: 165). Görüşme, ilk bakışta kolay bir veri toplama yöntemi gibi görülebilir ve sadece konuşma dinleme gibi herkes tarafından kullanılan temel becerileri gerektirdiği düşünülür. Ancak görüşme; beceri, duyarlılık, yoğunlaşma, bireyler arası anlayış, öngörü, zihinsel uyanıklık ve disiplin gibi pek çok boyutu kapsamı açılardan, hem sanat hem de bilimdir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 119).

Görüşme ile elde edilen verilerin kaydedilmesinde izlenen iki temel yöntem vardır: Ses kayıt cihazı ile kaydetme ve not alma. Ses kayıt cihazı ile yapılan görüşmeler görüşmeciye kolaylık sağlar. Bu şekilde araştırmacı, soru sorma ve dinleme işlevlerini daha etkili bir biçimde yerine getirebilir. Not almada görüşmecinin soru sorma, dinleme, gerektiğinde cevaplayıcıyı yönlendirme, not alma işlerini kısa sürede ve tek başına yapması gerekir. Genellikle görüşmelerde tercih edilen yöntem her ikisinin de kullanılması yönündedir. Görüşme mekanik ve dijital olarak yani ses kayıt cihazı ile kaydedilecekse, mutlaka görüşülen kişiden önceden izin alınması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 147).

Örneklemin değerlendirilmesi aşamasında, kadın girişimcilere önce telefon edilerek, onlarla irtibata geçilip randevu alınmış daha sonra her bir işletmeye gidilerek yapılan araştırmanın içeriği hakkında bilgi verilmiş ve görüşme için randevu talep edilmiştir. Araştırmada öncelikle kadın girişimcilerle ilgili temel bilgileri almak amacıyla hazırlanan 22 sorudan oluşan matbu form (EK: 1) doldurtulmuştur. Daha sonra araştırmaya ilişkin verilerin kaydedilmesinde, kadın girişimcilerin bilgisi dahilinde “ses kayıt cihazı” kullanılarak yapılan görüşmeler kayıt altına alınmıştır.

#### **3.5.4. Görüşmenin Yapılması (Veri Toplama)**

Görüşme için saha çalışması başlatılmış ve kadın girişimcilere, işletme ile ilgili temel bilgiler almak ve zaman kazanmak amacı ile 22 sorudan oluşan matbu formlar (EK:1) verilerek, kadın girişimcilerin genel bilgileri alınmıştır. Daha sonra görüşmeler girişimci kadınların bilgisi dahilinde ses kayıt cihazı kullanılarak kayıt altına alınmıştır. Bu süreçte yapılandırılmamış görüşme yöntemi uygulanmış ve görüşme yapılan kişilere açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Ayrıca araştırmacı

tarafından verdikleri cevapların tamamen bilimsel amaçla kullanılacağı ve kimliklerinin kimseyle paylaşılmayacağına dair ikna edici sözler söylenmiştir.

### **3.5.5. Verilerin Değerlendirilmesinde Kullanılan Yöntemler**

Nitel araştırma; verilerin analizi, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların organize edilmesi ile bulguların tanımlanması ve yorumlanmasından oluşan bir süreci kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 222). İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Aydın ve Ünaldı, 2010: 601).

Araştırma verilerinin elde edilmesi için yapılan görüşmelerden alınan notlar öncelikle bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Elde edilen veriler nitel analiz tekniklerinden içerik analizi kullanılarak değerlendirilmiştir. İçerik analizi genel olarak gözlem ve görüşme içeren yöntemlerde kullanılan bir analiz tekniğidir ve bir görüşmenin içeriğinin objektif, sistematik ve kantitatif biçimde gösterilmesini kapsamaktadır (Malhotra, 2004: 189).

Araştırmada; word programı aracılığıyla elektronik ortama aktarılan görüşmeler, dikkatli bir şekilde okunmuş ve kadın girişimcileri girişimciliğe yöneltten faktörler her bir kadın girişimci için anlamlı bölümlere ayrılmıştır. Elde edilen veriler irdelenerek, bu verilerin kavramsal olarak ne anlam ifade ettiği bulunmuştur. Kodlama sürecinde kullanılan kavramlar, araştırmacının kendi bilgilerinden, taradığı literatürden veya elde ettiği verinin kendisinden elde edilebilir. Araştırmacı elde ettiği veriler arasından anlamlı bir bölümü kodlarken o bölümdeki anlamı en iyi şekilde ifade edecek bir kavram bulmaya çalışır (Demireli, 2011: 99). Tüm veriler bu şekilde kodlanmıştır ve böylelikle bir kod listesi oluşturulmuştur.

İçerik analizinde ilk aşama verilerin kodlanması ve bu kodlara göre elde edilen bilgilerin anlamlı bir şekilde bölümlere ayrılmasıdır. Verilerin kodlanması, elde ettiğimiz bilgilerin incelenerek, anlamlı bölümlere ayrılması ve her bölümün kavramsal olarak ne anlama geldiğinin bulunması olarak açıklanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 228). Kodlar oluşturulduktan sonra verileri genel düzeyde açıklayabilen ve kodları belirli kategoriler altında toplayabilen temalar bulunmuştur ve kodlar kategorize edilmiştir.



Kodlar belirli kategoriler altında toplandıktan sonra, analizde kullanılmak üzere her bir kodun ayrı ayrı tanımı yapılmış ve kod tanım tablosu oluşturulmuştur. Bu tablo, verilerin incelenmesinde ve düzenlenmesinde anahtar olarak kullanılmıştır.

### **3.5.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği**

Sonuçların inandırıcılığı, bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerindedir. Geçerlik ve güvenirlilik bu açıdan araştırmanın en yaygın olarak kullanılan iki ölçütüdür. (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 288). Her bilimsel çalışmada olduğu gibi, içerik analizi uygulanarak yapılan çalışmalarda da geçerlik ve güvenirlilik koşulları aranmaktadır (Gökçe, 2006: 83).

#### **3.5.6.1. Geçerlik**

Nitel araştırmada geçerlik araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemlemesi anlamına gelmektedir. Araştırılan olay ve olgu hakkında bütüncül bir resim oluşturulabilmesine yardımcı olacak bazı ek yöntemler (çeşitleme, katılımcı teyidi, meslektaş teyidi vb.) kullanılması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 255-256).

Vak'a analizinin geçerliliği literatüre uygun olarak (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 288) aşağıdaki aşamalarda ortaya konulmuştur.

- Araştırmada 12 kadın girişimci ile yüzyüze görüşülerek durumla etkileşim süresi arttırılmıştır.
- Araştırmada hem ses kayıt cihazı hem de çevre analizi kullanılarak “veri çeşitlemesi” yöntemi kullanılmıştır.
- Ulaşılan sonuçlar kadın girişimciler ile paylaşılarak durumun olabildiğince doğru betimlenmesine çalışılmıştır.
- Elde edilen bulguların, araştırmanın literatür kısmında belirtilen çerçeveye uyumlu olduğu görülmüştür.

#### **3.5.6.2. Güvenirlilik**

İçerik analizi yoluyla elde edilen sonuçların güvenirlilik ölçütü sonuçların yinelenmesidir. Bir kodlayıcı tarafından bir analiz birimi değişik zamanlarda tekrar kodlandığında (Intracoder-reliability) ve birçok kodlayıcı tarafından bir analiz birimi kodlandığında devamlı olarak aynı sonuçlar elde ediliyorsa, içerik analizi güvenilirdir (Gökçe, 2006: 111).

Vak'a çalışmasında güvenilirliği yükseltmek için, araştırmacı takip ettiği süreçleri açıkça tanımlamalı, ilgili dökümanlarla desteklemeli, araştırmasını sistemli bir şekilde aşama aşama geliştirmeli ve bunu sunmalıdır. Ayrıca araştırmasını tekrarlanabilmesi için başkaları tarafından da kullanılabilir bir veri tabanı oluşturmalıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 261).

Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için, öncelikle oluşturulan kod tanım tablosu anahtar kabul edilerek, görüşme yapılan kadın girişimcilerden alınan mülakat sonuçları değişik zamanlarda tekrar analiz edilmiştir. Her defasında aynı analiz sonucu elde edilmiş ve kadın girişimcileri girişimciliğe yönelten faktörleri özetleyen tablolar oluşturulmuştur. Ayrıca yapılan araştırmanın güvenilirliğini artırmak için, üç ayrı kodlayıcıya (akademik kariyer yapmış kişilere) hazırlanan kod tanım tablosu ve yapılan görüşmelerden elde edilen mülakat sonuçları verilere, kod tanım tablosunu anahtar olarak kabul etmeleri ve yapılan analizi yapmaları istenilmiştir.

Üç ayrı kodlayıcının analiz sonuçları incelenmiş ve bulunan sonuçlarla karşılaştırılmıştır. Bunu yaparken oluşturulan kod tanım tablosundaki 15 kodu yüz kabul edilerek kodlayıcıların analiz sonuçlarının yapılan analiz sonuçlarına göre yüzdesi hesaplanmıştır. Birinci kodlayıcı %93,33, ikinci kodlayıcı %86,66 ve üçüncü kodlayıcının %93,33 oluşturulan kod tanım tablosundaki sonuçlara ulaştığı tespit edilmiş ve güvenilirlik derecesini hesaplamak için bu üç sonucun ortalaması alınmıştır (%91,10). Sonuçta ulaşılan değer yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu oranın %80'nin altında olmaması beklenir (Kassarjian, 1977: 14). Dolayısıyla bu oran kodların yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir.

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR VE TARTIŞMA**

### **4.1. ARAŞTIRMA BULGULARI**

Gaziantep İli'nde yer alan kadın girişimcileri girişimciliğe yönelten sebepleri belirlemek için yapılan saha çalışması bulguları aşağıda özetlenmektedir.

#### **4.1.1. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Genel Özellikleri**

Görüşme sürecinde Gaziantep de faaliyet gösteren 12 kadın girişimci ile görüşüldü. Görüşme yapılan kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektör, faaliyet süreleri, yaş, eğitim durumları ve medeni durumları tablo ve grafikler aracılığı ile anlatılacaktır.

##### **4.1.1.1. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektör ve faaliyet süreleri**

Tablo 4.1. Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdikleri Sektör ve Faaliyet Süreleri

<b>Kadın Girişimci</b>	<b>İşletmenin Faaliyet Süresi</b>	<b>İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör</b>
1	4 Ay	Gümüş Takı
2	10 Ay	Lokanta
3	3 Yıl	Hediyelik Züccaciye
4	4 Yıl	Suni Deri Üretimi
5	5 Yıl	Kreş ve Anaokulu
6	6 Yıl	Ev Tekstili İmalatı
7	11 Yıl	Ev Tekstili İmalatı
8	13 Yıl	Danışmanlık
9	15 Yıl	Güzellik Salonu
10	15 Yıl	Fuarcılık
11	20 Yıl	İş ve Personel Kıyafetleri İmalatı
12	20 Yıl	Örme Kadife Kumaş İmalatı

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere kadın girişimciler örme kadife kumaş üretimi, iş ve personel kıyafetleri üretimi, fuarcılık, güzellik salonu, danışmanlık, ev tekstili, kreş ve anaokulu, suni deri üretimi, hediyelik züccaciye, lokanta, gümüş takı sektörlerinde faaliyet göstermektedirler.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet süreleri ise; altı işletmede 11-20 yıl arası, dört işletmede 3-6 yıl arası, bir işletmede 10 ay, bir işletmede ise 4 aydır.

#### 4.1.1.2. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaşları

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaklaşık %33,3'ü 25-39 yaş arası, yaklaşık %33,3'ü 40-49 yaş arası ve yaklaşık %33,3'ü 50-59 yaş arasındadır.

Tablo 4. 2. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Yaşları

Yaş Aralığı	Kadın Girişimci Sayısı
25 - 39	4
40 - 49	4
50 - 59	4

Yukarıda verilen tablodan da anlaşılacağı üzere 4 kadın girişimci; 25-39 yaş arası; 4 kadın girişimci 40-49 yaş arası ve 4 kadın girişimci 50-59 yaş arasındadır.

#### 4.1.1.3. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eğitim durumu

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaklaşık olarak, %16,5'i ilkokul-ortaokul mezunu, %16,5'i lise mezunu, %42'si fakülte mezunu ve %25'i ise lisansüstü eğitim mezunudur.

Tablo 4. 3. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Kadın Girişimci Sayısı
İlkokul - Ortaokul	2
Lise	2
Fakülte	5
Yüksek Lisans	2
Doktora	1

Yukarıda verilen tablodan da anlaşılacağı üzere 2 kadın girişimci ilkokul-ortaokul mezunu, 2 kadın girişimci lise mezunu, 5 kadın girişimci fakülte mezunu, 2

kadın girişimci yüksek lisans mezunu ve 1 kadın girişimci doktora mezunudur. Bu sonuçlara dayanarak araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun fakülte mezunu olduğunu söyleyebiliriz.

#### 4.1.1.4. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin medeni durumu

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaklaşık olarak, %67'si evli, %33'ü ise bekarıdır.

Tablo 4. 4. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Medeni Durumu

Medeni Durumu	Kadın Girişimci Sayısı
Evli	8
Bekar	4

Yukarıda verilen tablodan da anlaşılacağı üzere 8 kadın girişimcinin evli, 4 kadın girişimcinin ise bekar olduğunu görülmektedir. Bu sonuçlara dayanarak araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun evli olduğunu söyleyebiliriz.

#### 4.1.2. Verilerin Kodlara ve Temalara Göre Düzenlenmesi ve Tanımlanması

Kod tanım tablosu oluşturulurken önce kodlar oluşturulmuş daha sonra verileri genel düzeyde açıklayabilen, kodları belirli kategoriler altında toplayabilen temalar bulunmuş ve kodlar kategorize edilmiştir. Buna göre kadın girişimcileri girişimciliğe yönelten faktörler itici ve çekici faktörler kategorileri altında toplanmıştır. Bu tablo vak'a analizi çalışması için yapılan görüşmelerden elde edilen mülakat sonuçlarının incelenmesinde ve düzenlenmesinde anahtar olarak kullanılmıştır.

Tablo 4. 5. Kadın Girişimcileri Girişimciliğe Yönelten Faktörler İle İlgili Kod Tanım Tablosu

<b>1. İTİCİ FAKTÖRLER</b>	
<b>1.1. Boşanma</b>	Girişimci kadın ile eşi arasında ilişkilerini sürdürmede farklı nedenlere bağlı olarak uzlaşmazlık yaşamaları durumunda tarafların karı-koca olarak hiçbir bağı kalmaksızın evliliğini yasal olarak sona erdirmesi ve kadının kendinin ve çocuklarının geçimini sağlamak için herhangi bir sektörde girişimde bulunması durumudur.
<b>1.2. Finansal Zorluklar</b>	Girişimci kadının kendi yaşamını sürdürebilmesi, ailesine (anne, baba, kardeş vs.) ya da evli ise eşine, çocuklarına maddi olarak destek olabilmesi noktasında yeterli ekonomik düzeye sahip olamaması durumunda yaşadığı zorluklar sonucu herhangi bir sektörde girişimde bulunarak içinde bulunduğu finansal zorlukları aşmaya çalışmasıdır.
<b>1.3. Kocanın Ölmesi</b>	Girişimci kadının daha önce hayatını birlikte devam ettirmek üzere yaptığı evlilikte herhangi bir sebeple (hastalık, kaza vs.) eşini kaybetmesi ve hayatta yalnız kalması, kendinin ve çocuklarının geçimini sağlamak için herhangi bir sektörde girişimde bulunması durumudur.
<b>1.4. Can Sıkıntısı</b>	Girişimci kadının daha önceleri herhangi bir işle meşgul olmayıp bu durumdan sıkılmaları sebebiyle veya geçmişte yada yakın zamanda yaşadıkları birtakım sıkıntılarını, sorunlarını unutmak, acılarını hafifletmek amacıyla herhangi bir sektörde girişimde bulunması durumudur.
<b>2. ÇEKİCİ FAKTÖRLER</b>	
<b>2.1. İlgi Alanı</b>	Girişimci kadınların daha çok yetenekli, bilgili ve istekli oldukları, onlar için hobi olan, onlara haz verebilecek ve merak duydukları alanlarda faaliyet başlatma eğilim ve arzusunda olmaları durumu olarak ifade edilebilir.
<b>2.2. Bağımsızlık</b>	Bağımsızlık bireyin ya da grubun başkalarından bağımsız olması, kendi kaderini kendisinin belirlemesine ya da kararları kendisinin almasına işaret etmektedir biz bundan yola çıkarak girişimci kadının girişimci olmadan önceki işinde, yapacağı işlerde üstlerinden aldığı emirlerden dolayı kendi istediği yöntemi uygulayamaması, kararları hür verememesinden dolayı kısıtlanması, bir başkası için çalışmanın ona zor gelmesi ve daha ferah bir yaşam isteğinden dolayı kendi işine sahip olma isteğinin oluşmasıdır diyebiliriz.
<b>2.3. Hırs</b>	Güçlü bir başarıma arzusuna sahip kadın girişimciler, karar almada kişisel sorumluluğu tercih ederler, yeteneğin bir fonksiyonu olarak risk yüklenmeyi kabul ederler, kararların sonuçlarından elde edilen somut bilgilerin yol açtığı faydaları elde etmeye çalışırlar ve onlara göre hiçbir zaman risk almadan başarı sağlanmaz, biz bu şekilde ki davranışları hırs olarak ifade edebiliriz.

Tablo 4. 5. Kadın Girişimcileri Girişimciliğe Yönelten Faktörler İle İlgili Kod Tanım Tablosu (Devamı)

<b>2.4. Fırsatları Değerlendirme</b>	Yeniliğin hakim olduğu bir dönemde genellikle belirsiz bir ortam oluşur. Böyle bir ortamda ise, harekete geçirici bireyler kendilerine sunulan fırsatları ve bakır alanları keşfetme şansı elde ederler. Girişimci kadının elde ettiği bilgilerle, belirli kaynaklardan yola çıkarak ve işi asla şansa bırakmayarak bilinçli ve disiplinli bir şekilde yarattığı fırsatları değerlendirme durumu olarak ifade edilebilir.
<b>5. Konforlu Bir Yaşam</b>	Girişimci kadınların daha lüks şartlarda yaşamak, kendilerinden daha yüksek kazanç elde edenler gibi hayat standartlarını yükseltmek, kendisine ve/veya ailesine daha rahat bir yaşam sağlamak isteğinin oluşması durumu olarak ifade edilebilir.
<b>2.6. Statü ve Prestij Kazanma Arzusu</b>	Girişimci kadınların kendilerini kendi aile fertlerinden(eş, kayınbaba vs.), yakınlarından, çevresinden(yakın veya uzak) statü olarak daha aşağıda görmesi sebebiyle onların kendilerini o toplumda özgün bir birey olarak kabul görme çabası ve isteği içinde olması durumu olarak ifade edilebilir.
<b>2.7. Kendini Gerçekleştirme</b>	Maddi yönden rahat olan girişimci kadınların daha başarılı olma arzusu, bir işi daha iyi ve daha verimli yapabilme isteği, problemleri çözme arzusu içinde olması durumu şeklinde ifade edilebilir.
<b>2.8. Para Kazanma</b>	Yüksek başarıma arzusuna sahip olan bireyler, genellikle paraya kendilerinin nihai amacı olarak değil, başarının bir ölçüsü olarak bakmaktadırlar. Her ne kadar nihai bir amaç olarak kabul edilmese bile para, bu bireylerin başarılarını kanıtlamak için geri bildirim sağlayan bir araç rolü oynamaktadır. Bu noktadan yola çıkarsak kadın girişimcilerin kendi parasını kazanmaktan büyük zevk alması, ideallerini ve daima arzularını kazandığı paraya bağlaması ya da para kazanmayı sevmesi çok sevmesi şeklinde ifade edilebilir.
<b>2.9. Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b>	Girişimci kadınlar genellikle yeni ürünler, süreçler geliştirmek ya da yeni piyasalar bulmakla ilgilenmektedir. Ayrıca mevcut kaynaklarını orta ve uzun vadede getiri elde etmek amacıyla kalıcı bir şekilde kullanarak yatırım yapmayı hedeflerler. Böylece topluma yeni yatırım ve istihdam kaynakları sağlarlar ve bundan çok mutlu olurlar. İşte biz bu durumu yatırım ve istihdam yaratma şeklinde ifade edebiliriz.
<b>2.10. İş Tatminine Ulaşma</b>	Başarı ihtiyacının bireyleri girişimci yaptığını bilinmektedir. Bir işin başarılı bir şekilde tamamlanması, kadın girişimcilerde güçlü bir başarıma arzusu uyandırmakta ve kendi yaşamlarını kontrol etme becerilerini de güçlenmesi iş tatminine ulaşma olarak ifade edilmektedir.
<b>2.11. Eğitim ve Ailesel Etkiler</b>	Aile ve eğitim kurumlarında gerçekleşen eğitim süreçleri bireylerin girişimciliğinin ve yaratıcılığının gelişmesinde etkili olabilmektedir. Dolayısıyla kadın girişimcilerin ailede ve eğitim kurumlarında aldıkları eğitim, görgü, etik vb. faktörler girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde onları girişimci olmaya yöneltmekte şeklinde ifade edebiliriz.

#### **4.1.3. Araştırmanın Amaçlarına Yönelik Yapılan Analiz Sonuçları**

Bu kısımda kadınları girişimciliğe yönelten faktörler için yapılan saha çalışması sonucunda elde edilen mülakat sonuçlarının (verilerin) analizi yapılacaktır. Aşağıda bulunan tablolar kod tanım tablosu (Tablo 4.2) aracılığı ile yapılan kadın girişimcilerin analiz sonuçlarını içermektedir.



Tablo 4.6. Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler İçin Yapılan Araştırma Sonucu Toplanan Bilgilerin Analizleri

KATEGORİLER	1. GİRİŞİMCİ	2. GİRİŞİMCİ	3. GİRİŞİMCİ	4. GİRİŞİMCİ
<b>1. İTİCİ FAKTÖRLER</b>	<p><b>1.2.Finansal Zorluklar</b> (Çünkü artık günümüz şartlarında iki çocukta okutuyorsanız kesinlikle tek maaş biraz zor ...)</p> <p><b>2.1.İlgi Alanı</b> (çok seviyorum, takıyı çok seviyorum, takmayı çok seviyorum ...)</p> <p><b>2.9.Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b> (ve yine özellikle bayanları desteklemek ve teşvik etmek adına bayanların yaptığı florları, el çalışmalarını da satıyoruz.....)</p> <p><b>2.10. İş Tatminine Ulaşma</b> (Yine dediğim gibi çalışmayı çok sevdiğim için evde oturmayı sevmediğim için, birde bir şeyler üretmeyi sevdiğim için ...)</p>	<p><b>1.4.Can Sıkıntısı</b> (kızımın üniversiteye gidecek olması, evde birden bire bir boşluk olacaktı ...)</p> <p><b>2.7.Kendini Gerçekleştirme</b> (önce o işi kendim yakalamam lazım. Kendimi o anlamda geliştirmem eğitmem lazım ...)</p> <p><b>2.3.Hırs</b> ( Gözüm karadır benim ...)</p> <p><b>2.10.İş Tatminine Ulaşma</b> (tek bir müşteriyle ilgilenmek yerine ben, şuan üç müşteriyle ilgilenmek benim daha çok hoşuma gidiyor ...)</p> <p><b>2.8.Para Kazanma</b> (Maddi zorluklar değil ama kendi paramı kazanmak çok keyifli bir şey her zaman bunu istemişimdir...)</p> <p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (Ben biraz herhalde özgür bir ruhum. Ben çok baskıya gelemiyorum ...)</p>	<p><b>1.4.Can Sıkıntısı</b> (Ev hayatım oldu 10 yıl kadar bir süre ve bu hayat bana hiç keyif vermemişti ...)</p> <p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (Tabii Kendi paramı kazanmak istiyorum, kendi ayaklarım üzerinde durmak istiyorum ...)</p> <p><b>2.7.Kendini Gerçekleştirme</b> (ama ben hayatımın hiçbir döneminde tüketici olmadım. Her dönemde bir şeyler araşturdum, bir şeyler yapmak istedim ...)</p> <p><b>2.9.Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b> (iş olmadığı gün oluyor ama ben personelimin parasını dağıtıyorum, benim cebimde para da kalmamış olsa bile inanılmaz keyifli gidiyorum eve...)</p> <p><b>2.10.İş Tatminine Ulaşma</b> (Ama hakikaten bunu yapay yapmıyorum, çok içten gelen bir şey bu. Çok seviyorum yani....)</p>	<p><b>1.2.Finansal Zorluklar</b> (hani çocuklarım üniversiteli işsizler ordusuna katılmasınlar diye zemin hazırlamaya çalıştım...)</p> <p><b>2.8.Para Kazanma</b> (İlk iş hayatım daha doğrusu ilk para kazanmam resme yeteneğim olduğu için kasaplara koyun resmi yapıp satardım...)</p> <p><b>2.3.Hırs</b> (ben dedim ki burası bana yetmiyor. Çünkü ben hiçbir zaman bir memur gibi olmadım...)</p> <p><b>2.10.İş Tatminine Ulaşma</b> (dinamikler birleşmeli ortak paydayla, ortak akılla yapılmalı ...)</p> <p><b>2.9.Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b> (yeni yeni sektörler doğdu, yeni iş alanları, bir sürü istihdam...)</p> <p><b>2.5. Konforlu Bir Yaşam</b> (rahat okusunlar, imkanları daha iyi olsun diye, belki kendimiz daha rahat koşullar da ömrümüzü geçirelim diye...)</p> <p><b>2.7.Kendini Gerçekleştirme</b> (ama ben hep farklı olmak isterdim yani giyim tarzımla herkes mesela standart bluz takılıyorsa ...)</p>
<b>2. ÇEKİCİ FAKTÖRLER</b>				

Tablo 4.6. Kadınları Girişimcilğe Yönelten Faktörler İçin Yapılan Araştırma Sonucu Toplanan Bilgilerin Analizleri (Devamı)

KATEGORİLER	5. GİRİŞİMCİ	6. GİRİŞİMCİ	7. GİRİŞİMCİ	8. GİRİŞİMCİ
<b>1.İTİCİ FAKTÖRLER</b>		<p><b>1.1.Boşanma</b> (Boşanmadan sonra onları almak, talep etmek için çalışır gözükmem gerekiyordu. Bundan dolayı böyle bir işe giriştim....)</p> <p><b>1.2.Finansal Zorluklar</b> (çocuklarımı alma, avukat parasını rahat karşılama....)</p>	<p><b>1.4.Can Sıkıntısı</b> (üzücü sıkıntı yaşadım, çocuğumu kaybetmek gibi filan. Derken baktık ki insanın kendinden başka kimseden fayda yok...)</p>	<p><b>1.4. Can Sıkıntısı</b> (evde oturduğum zaman sanki hiç uğraşmıyordum, hiçbir şey yapmıyordum gibi geldi bana....)</p>
<b>2.ÇEKİCİ FAKTÖRLER</b>	<p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (...daha özgür kararlar alıyorsunuz ama bütün sorumlulukları üstünüze almak kaydıyla....)</p> <p><b>2.11.Eğitim ve Ailesel Etkiler</b> (İnsan kaynakları konusunda okudum ve tecrübe edindim....)</p> <p><b>2.4. Fırsatları Değerlendirme</b> (Ortamdaki fırsatları iyi gözlemleyip bu fırsatları ürün ve hizmete çevirebilecek her türlü kaynağı bir araya getirmeyi akılla becerebilen...)</p> <p><b>2.3.Hırs</b> Cesaret, yani hiç gözünüzü kapatıp bir şeye gireceksiniz yani.</p> <p><b>2.9.Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b> (Gaziantep'in ilk insan kaynakları alanındaki ilk yönetim danışmanlık firması )</p>	<p><b>2.1.İlgi Alanı</b> (Yani ben kendi isteğimle bu işi yapmak istedim çünkü benim hünerim buydu. ....)</p> <p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (Hesap vermiyorum istediğim gibi harcıyorum benim yani kazancım, kim olsa hesap vermem....)</p>	<p><b>2.9.Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b> (en azından sürekli 4-5 kişiye iş sağladım vergimi, şeyimi...)</p> <p><b>2.1.İlgi Alanı</b> (Hobi olarak dikişe çok aşırı merakım vardı küçüklükten beri. ....)</p> <p><b>2.3.Hırs</b> Çok çalışkanım ideallerimin peşinden ne olursa olsun giderim hiç bir şey geri çeviremez...)</p> <p><b>2.8.Para Kazanma</b> (daima ideallerim var daima arzularım var ya parayı seviyorum, para kazanmayı seviyorum....)</p> <p><b>2.5. Konforlu Bir Yaşam</b> (mesela iki oda bir evim varsa üç odalı almak isterim. Çocuklarıma iyi eğitim vermek isterim....)</p> <p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (yani bağımsızlığı seviyorum, özgürlüğü seviyorum. Daima özgürlük, beni kısıtlayan hiçbir şey olmasın isterim....)</p>	<p><b>2.3.Hırs</b> (ben Ankara ya her Cuma akşamı bindim, kızımda 1 yaşında eşime bırakarak. Cumartesi kurslara katıldım....)</p> <p><b>2.7.Kendini Gerçekleştirme</b> (kendime ait bir iş yerim oldu. Ama bu güzellik merkezi olmayabilirdi, başka bir yerde olabilirdi...)</p> <p><b>2.4. Fırsatları Değerlendirme</b> (o dönemde kendime ait yapabileceğim tek şey buydu.....)</p> <p><b>2.6. Statü ve Prestij Kazanma Arzusu</b> (işte eşi, Emre beyin eşi bu laf beni çok rahatsız eder. Benim girişimci olmamın sebebi belki buydu. Ben benim, tekim demek için...)</p>

Tablo 4.6. Kadınları Girişimcilğe Yönelten Faktörler İçin Yapılan Araştırma Sonucu Toplanan Bilgilerin Analizleri (Devamı)

KATEGORİLER	9. GİRİŞİMCİ	10. GİRİŞİMCİ	11. GİRİŞİMCİ	12. GİRİŞİMCİ
<b>1.İTİCİ FAKTÖRLER</b>		<p><b>1.4. Can Sıkıntısı</b> (Artık belli bir süre sonra bıkkınllaşıp sıkılmaya başladımın...)</p>		<p><b>1.2.Finansal Zorluklar</b> (8 tane çocuğa bakmak zorundaydım. ...)</p> <p><b>1.3. Kocanın Ölmesi</b> (İşte hem anne olup hem baba olmak, hem 8 tane öksüz büyü)</p>
<b>2.ÇEKİCİ FAKTÖRLER</b>	<p><b>2.1.İlgi Alanı</b> (Çünkü çok sevdiğim bir işti ve geçmişe baktığımda, geleceğe baktığımda geçmişte de çok iyi bir işti....)</p> <p><b>2.11.Eğitim ve Ailesel Etkiler</b> (Aile olarak eğitime çok önem veren bir ailede yaşıyorum. Bunun her şeyin en başta eğitimden geçtiğini düşünüyorum....)</p> <p><b>2.3.Hırs</b> (yapamayacağım diye başlarsanız yapamazsınız ama bu ödenir, öderim ya da işte biraz aslında cesaret işi...)</p> <p><b>2.8.Para Kazanma</b> (Ben üniversite boyunca ilkökul, ortaokul öğrencilerine matematik ve Türkçe dersleri vermişim ...)</p>	<p><b>2.4. Fırsatları Değerlendirme</b> (kendi işimi yapacağım dedim ama doğru zamanı da beklemek lazım. ....)</p> <p><b>2.1.İlgi Alanı</b> (Ben para kazanmak için de bu işe başlamac Ben işimi sevdiğim için yapıyorum.....)</p> <p><b>2.10.İş Tatminine Ulaşma</b> (Ben işime karşı çok tutkuluuyum ....)</p> <p><b>2.9.Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b> (Hem onların önünü açmış olurum, hem de kendim para kazanırım...)</p> <p><b>2.7.Kendini Gerçekleştirme</b> (ben kendi mutluluğum için bu işi yaptım...)</p> <p><b>2.3.Hırs</b> (hiç aldırmadım kendi bildiğim yoldan gittim....)</p> <p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (Kimseye hesap vermek istemedim. Kendim hayallerimde bir sürü şey vardı....)</p>	<p><b>2.11.Eğitim ve Ailesel Etkiler</b> (Gaziantep'te kalıp burada aile şirketinde çalışmaya başladım....)</p> <p><b>2.1.İlgi Alanı</b> (Yani hep bu konularda bilgi sahibiyiz....)</p> <p><b>2.7.Kendini Gerçekleştirme</b> (belli bir birikiminiz var belli bir kapasiteniz var elimizde birtakım sahip olduğunuz bir şeyler var onları değerlendirmek istiyorsunuz)</p> <p><b>2.6. Statü ve Prestij Kazanma Arzusu</b> (İşin dolayısıyla seyahat imkanlarınız oluyor yada daha gelişmiş çevreniz oluyor...)</p> <p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (ev hanımlığı da kolay değil ama tabi bana göre değil kendi paramı kendim kazanmalıyım....)</p>	<p><b>2.9.Yatırım ve İstihdam Yaratma Arzusu</b> (yani ne kadar çok iş ortamı ayarlarsam yanımdaki insanlara da o kadar çok büyük iş imkanı sağlamış olduğumu düşünerek...)</p> <p><b>2.1.İlgi Alanı</b> (severek yaptığım devam ettirdiğim... ben ticareti seviyorum ...)</p> <p><b>2.6. Statü ve Prestij Kazanma Arzusu</b> iyi bir lider olmayı istemişimdir, yani bir eser bırakmak ...)</p> <p><b>2.2.Bağımsızlık</b> (ekonomik özgürlüğün olması gerektiğine inandığım için ...)</p>

#### 4.1.4. Araştırmanın Amaçlarına Yönelik Yapılan Analiz Sonuçlarının

##### Değerlendirilmesi

Vak'a analizine dahil olan 12 kadın girişimciye, girişimci olmaya yönelten sebepler sorulmuş ve elde edilen bilgiler oluşturulan kod tanım tablosuna (Tablo 4.2.) göre analiz edilmiştir.

Bu tabloya göre kadın girişimcileri girişimci olmaya yönelten sebepler itici faktörler kategorisinde; can sıkıntısı, finansal zorluklar, boşanma ve kocanın ölmesi olarak ifade edilmiştir. İtici faktörler altında toplanan analiz sonuçlarına ait tablo aşağıda verildiği gibidir.

Tablo 4. 7. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten İtici Faktörler

İtici Faktörler	Kadın Girişimci Sayısı
Can Sıkıntısı	5
Finansal Zorluklar	4
Boşanma	1
Kocanın Ölmesi	1

“Can sıkıntısı, girişimci kadının daha önceleri herhangi bir işle meşgul olmayıp bu durumdan sıkılmaları sebebiyle veya geçmişte ya da yakın zamanda yaşadıkları birtakım sıkıntılarını, sorunlarını unutmak, acılarını hafifletmek amacıyla herhangi bir sektörde girişimde bulunması” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 5 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Finansal zorluklar, girişimci kadının kendi yaşamını sürdürebilmesi, ailesine(anne, baba, kardeş vs.) ya da evli ise eşine, çocuklarına maddi olarak destek olabilmesi noktasında yeterli maddiyata sahip olamaması durumunda yaşadığı zorluklar sonucu herhangi bir sektörde girişimde bulunarak içinde bulunduğu finansal zorlukları aşmaya çalışması” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 4 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Boşanma, girişimci kadın ile eşi arasında, ilişkilerini sürdürmede farklı nedenlere bağlı olarak uzlaşmazlık yaşamaları durumunda, tarafların karı-koca olarak hiçbir bağı kalmaksızın evliliğini yasal olarak sona erdirmesi ve kadının kendinin ve çocuklarının geçimini sağlamak için herhangi bir sektörde girişimde bulunması

durumu” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre sadece 1 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur. Bu çalışmada, 1 katılımcı boşanmanın kendini girişimci olmaya ittiğini belirtmiştir ve tekrar eden bir cevap alınamamasına rağmen bu çalışmada “boşanma” faktörü itici faktörler arasına alınmıştır.

“Kocanın ölmesi, girişimci kadının daha önce hayatını birlikte devam ettirmek üzere yaptığı evlilikte herhangi bir sebeple (hastalık, kaza vs.) eşini kaybetmesi ve hayatta yalnız kalması, kendinin ve çocuklarının geçimini sağlamak için herhangi bir sektörde girişimde bulunması” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 1 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur. Bu çalışmada, 1 katılımcı kocasının ölmesinin kendini girişimci olmaya ittiğini belirtmiştir ve tekrar eden bir cevap alınamamasına rağmen bu çalışmada “kocanın ölmesi” faktörü itici faktörler arasına alınmıştır.

Kadın girişimciler; girişimci olmaya yönelen sebeplerini çekici faktörler kategorisinde ise bağımsızlık, ilgi alanı, hırslı olmaları, fırsatları değerlendirme, konforlu bir yaşam isteği, statü ve prestij kazanma arzusu, kendini gerçekleştirme, para kazanma, yatırım ve istihdam yaratma arzusu, iş tatminine ulaşma, eğitim ve ailesel etkiler olarak ifade etmişlerdir. Çekici faktörler kategorisi altında toplanan analiz sonuçlarına ait tablo aşağıdaki gibidir:

Tablo 4. 8. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Çekici Faktörler

<b>Çekici Faktörler</b>	<b>Kadın Girişimci Sayısı</b>
<b>Bağımsızlık</b>	8
<b>İlgi Alanı</b>	7
<b>Hırs</b>	7
<b>Yatırım ve İstihdam Yaratma</b>	7
<b>Kendini Gerçekleştirme</b>	6
<b>İş Tatminine Ulaşma</b>	5
<b>Para Kazanma</b>	4
<b>Fırsatları Değerlendirme</b>	3
<b>Statü ve Prestij Kazanma</b>	3
<b>Eğitim ve Ailesel Etkiler</b>	3
<b>Konforlu Bir Yaşam</b>	1

“Bağımsızlık, girişimci kadının girişimci olmadan önceki işinde, yapacağı işlerde üstlerinden aldığı emirlerden dolayı kendi istediği yöntemi uygulayamaması, kararları hür verememesinden dolayı kısıtlanması, bir başkası için çalışmanın ona zor gelmesi ve daha ferah bir yaşam isteğinden dolayı kendi işine sahip olma isteğinin oluşması” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 8 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“İlgi alanı, girişimci kadınların daha çok yetenekli, bilgili ve istekli oldukları, onlar için hobi olan, onlara haz verebilecek ve merak duydukları alanlarda faaliyet başlatma eğilim ve arzusunda olmaları” durumu olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 7 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Hırs, güçlü bir başarıma arzusuna sahip kadın girişimcilerin, karar almada kişisel sorumluluğu tercih etmeleri, yeteneğin bir fonksiyonu olarak risk yüklenmeyi kabul etmeleri, kararların sonuçlarından elde edilen somut bilgilerin yol açtığı faydaları elde etmeye çalışmaları ve hiçbir zaman risk almadan başarı sağlanamayacağı düşüncesinde olmaları” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre hırs 7 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Yatırım ve istihdam yaratma arzusu, girişimci kadınların yeni ürünler, süreçler geliştirerek ya da yeni piyasalar bularak, ayrıca mevcut kaynaklarını orta ve uzun vadede getiri elde etmek amacıyla kalıcı bir şekilde kullanarak yatırım yapmayı hedeflemesi ve böylece topluma yeni yatırım ve istihdam kaynakları sağlaması” durumu olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu arzu 7 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Kendini gerçekleştirme, maddi yönden rahat olan girişimci kadınların daha başarılı olma arzusu, bir işi daha iyi ve daha verimli yapabilme isteği, problemleri çözme arzusu içinde olması” durumu şeklinde ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 6 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“İş tatminine ulaşma, bir işin başarılı bir şekilde tamamlanması, kadın girişimcilerde güçlü bir başarıma arzusu uyandırmakta ve kendi yaşamlarını kontrol etme becerilerinin de güçlenmesi iş tatminine ulaşma” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 5 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Para kazanma, kadın girişimcilerin kendi parasını kazanmaktan büyük zevk alması, ideallerini ve daima, arzularını kazandığı paraya bağlaması ya da para

kazanmayı sevmesi çok sevmesi” şeklinde ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 4 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Fırsatları değerlendirme, girişimci kadının elde ettiği bilgilerle, belirli kaynaklardan yola çıkarak ve işi asla şansa bırakmayarak bilinçli ve disiplinli bir şekilde yarattığı fırsatları değerlendirme” durumu olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 3 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Statü ve prestij kazanma arzusu, girişimci kadınların kendilerini kendi aile fertlerinden (eş, kayınbaba vs.), yakınlarından, çevresinden (yakın veya uzak) statü olarak daha aşağıda görmesi sebebiyle onların kendilerini o toplumda özgün bir birey olarak kabul görme çabası ve isteği içinde olması” durumu olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu arzu 3 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Eğitim ve ailesel etkiler, kadın girişimcilerin ailede ve eğitim kurumlarında aldıkları eğitim, görgü, etik vb. faktörler girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde onları girişimci olmaya yöneltmekte” şeklinde ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre bu faktör 3 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur.

“Konforlu bir yaşam, girişimci kadınların daha lüks şartlarda yaşamak, kendilerinden daha yüksek kazanç elde edenler gibi hayat standartlarını yükseltmek, kendisine ve/veya ailesine daha rahat bir yaşam sağlamak isteğinin oluşması durumu” olarak ifade edilmişti ve yapılan araştırma sonuçlarına göre konforlu bir yaşam isteği sadece 1 kadın girişimcinin, girişimci olmasında etkili olmuştur. Bu çalışmada, 1 katılımcı konforlu yaşam isteğinin kendini girişimci olmaya ittiğini belirtmiştir ve tekrar eden bir cevap alınamamasına rağmen bu çalışmada “Konforlu bir yaşam” faktörü çekici faktörler arasına alınmıştır.

Araştırma verilerine göre kadınları girişimci olmaya yönelten faktörler arasında en çok karşılaşılan faktör bağımsızlıktır ve bu faktörün araştırmaya dahil edilen 12 kadın girişimciden 8’inde görüldüğü gözlenmektedir. Bu faktörü ilgi alanı, hırs, yatırım ve istihdam yaratma arzusu takip etmektedir. Grafikler incelendiğinde araştırmaya dahil olan 12 kadın girişimciden 7’sinde bu faktörlerin görüldüğü gözlenmektedir. Kendini gerçekleştirme faktörünün ise araştırmaya dahil olan 12 kadın girişimciden 6’sında görüldüğü, meşgul olma arzusu ve iş tatminine ulaşma faktörlerinin ise 12 kadın girişimciden 5’inde görüldüğü gözlemlenmiştir.

Daha sonra finansal zorluklar ve para kazanma kadın girişimcilerin girişimciliğe yönelme sebepleri arasında yer almakta olup, grafikler incelendiğinde araştırmaya dahil olan 12 kadın girişimciden 4'ünde görüldüğü gözlenmektedir. Bu faktörleri eğitim ve ailesel etkiler, statü ve prestij kazanma ve fırsatları değerlendirme takip etmiştir ve araştırmaya dahil olan 12 kadın girişimciden 3'ünde görüldüğü gözlemlenmiştir. Son olarak kadın girişimcilerin girişimciliğe yönelmesinde; boşanma, kocanın ölmesi ve konforlu bir yaşam isteğinin olması etkili olmuştur. Grafikler incelendiğinde bu faktörlerin araştırmaya dahil edilen 12 şirketten 1'inde görüldüğü gözlemlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen analiz sonucuna göre kadınların girişimciliğe yönelme sebepleri; boşanma, finansal zorluklar, kocanın ölmesi, bağımsızlık, can sıkıntısı, ilgi alanı, hırs, fırsatları değerlendirme, konforlu bir yaşam, statü ve prestij kazanma arzusu, kendini gerçekleştirme, para kazanma, yatırım ve istihdam yaratma arzusu, iş tatminine ulaşma, eğitim ve ailesel etkiler olarak tespit edilmiştir.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik insanın yaratıcılığı ile hiçbirşeyden herhangi birşey üretme yeteneğidir. Bu sadece oturup izlemek ve analiz etmek değil aynı zamanda bir organizyonu ya da bir işletmeyi kurmaya çalışmak için tatbik edilen bir enerjidir. Bu vizyon hesaplanmış riskleri, hem kişisel hemde finansal olarak gereken herşeyi yapıp, başarısızlık riskini en aza indirmeyi göze almaktır.

Girişimcilik en dar anlamıyla fikirleri almak, bu fikirleri bir ürüne ya da bir hizmete dönüştürmek ve de daha sonra bunu piyasaya sürme riskidir. Girişimsel aktiviteye giriş amacı kişilere göre değişir. Bazı insanlar sadece kendi işlerinde çalışmaya başlamayı isterlerken, bazıları, işlerinin genişletme ve büyütme hevesiyle mikro ve küçük işlere başlarlar. Girişimciler için işe başlamak ve onu bir seviyeye kadar geliştirmek kolay bir iş değildir, bu bazen risk alma, hırs, girişkenlik, özgüven gibi kişilik özelliklerine bağlıdır. Ama bazı durumlarda kişinin kendi sahip olduğu işe başlama ve büyütme isteğini motive eden destek teşvikine, var olan fırsatlara ve oyunun kuralına bağlı olabilir. Daha etkili bir firma geliştirme amacıyla bir işe başlama kararı, sadece kendi işinle başlamaktan daha girişimseldir.

Son zamanlarda Dünyada ve Türkiye’de kadınların büyük bir atılım içinde oldukları ve çalışma hayatındaki ağırlıklarını giderek arttırdıkları görülmektedir. Annelik rollerine rağmen, kadınların ekonomik katkıları bilinmektedir. Onların iş hayatına gerçek girişleri ekonomik ve sosyal anlamda güç elde etmelerine büyük ölçüde katkı sağlamıştır. Kadınlarda artan oranda bir işe başlama söz konusu olması onların toplu olarak dünya ekonomisine önemli bir katkı sağladıklarını göstermektedir. Kadının girişimsel faaliyetlere katılımı yalnızca gelişmiş ülkelerde değil, gelişmekte olan ülkelerde de mevcuttur. Kadın gelişimine verilen ilgi ve önemin büyümesine bağlı olarak, 1980’li yıllarda cinsiyet ve gelişimsel yaklaşıma sebep olan kadın yaşamına hesap vermek için sosyal feminizm, post modern ve post koloniel teoriler tarafından kritik bir bakış oluşturulmuştur. Bu yaklaşım, kadını

gelişimin merkezine koymaya çalışır ve aynı zamanda sadece evlerinin yöneticileri ve refah alıcıları olmak yerine toplumdaki değişimin temsilcileri olurlar. 1980'lerde dünya ekonomik ve borç krizinin sonucunda artan yoksulluk oranıyla çok sayıda erkek işsiz kalmıştır ve bu yüzden kadınlar da evlerini geçindirmek için sorumluluk üstlenmek zorunda kalmışlar ve bunun sonucu olarak da sürekli üretim görevlerinin yanında küçük girişimsel faaliyetlere girişmek zorunda kalmışlardır.

Kadının girişimsel faaliyet başarısı ve ilgisi, makro çevre ve kuruluşlar tarafından etkilenir. Bunlar ulusal politika, kültür, ekonomik etkilerden oluşur ve bir çok yönden kadın girişimcilere meditasyon yapmada önemli bir rol oynar. Bazı kültürlerde ve toplumlarda kadının rolü tarihsel olarak evle ve aile korumasıyla kısıtlanmıştır. Bu durumda, onların girişimsel potansiyellerinin kısıtlandığı gibi, girişimsel riske girme beklentileri de erkek meslektaşlarına kıyasla daha azdır.

Kadının yetki boyutu bir toplumdaki diğer topluma göre değişmektedir. Bazılarında kadının rolü çok önemli değilken, bazılarında aileyi yönetmek ve temel ihtiyaçları temin etmektir. Dünya çapında kadın girişimciliğinin, küresel ekonominin gelişmesinde büyük ölçüde katkısının olduğu gözden kaçmış genel bir algı olarak kalmıştır. Kadınların genel olarak iş sektörünün büyümesini kontrol edemeyecek kadar güçsüz oldukları ve bu konu hakkında yeterli bilgiye sahip olamadıkları öngörülmektedir. Kadınlar hakkındaki bu köklü kavram gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde daha da güçlü olmaktadır. Tüm bunlardan hareketle kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörler önemlidir, çünkü bu faktörler bir ölçüde onların niyetlerinin belirleyicisidir ve işletmenin kurulmasında ve başarısında önemlidir.

İtici ve çekici faktörlerden kaynaklanan motivasyonlar girişimci olmak isteyen kadınların ümitlerini arttırmakta ve kadınları girişimcilik kararı vermeye teşvik etmektedir. İtici ve çekici faktörler kişisel girişimcilik davranışını tanımlamakta, kişinin umutlarını arttırmakta ve girişimci olma ihtiyacı yaratmaktadır. Bu yüzden kadın girişimcilerin iş kurma kararı vermelerine teşvik eden itici ve çekici faktörleri tanımlama ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Bu araştırmada, kadın girişimcilerin girişimciliğe yönelirken hangi faktörlerden etkilendikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma nitel araştırma yöntemiyle yapılmıştır. Araştırma verileri Gaziantep İli'nde faaliyet gösteren 12 kadın girişimci ile yapılan mülakatlarla elde edilmiştir. Bu araştırmada kadın girişimcileri girişimciliğe yönlendiren faktörler itici faktörler ve çekici faktörler

kategorilerine sınıflandırılarak incelenmiştir ve bu faktörler, katılımcıların girişimci olma isteklerini ve niyetlerini şekillendiren faktörler olarak karşımıza çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerden itici faktörler kategorisinde; boşanma, finansal zorluklar, kocanın ölmesi ve can sıkıntısı bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, kadın girişimcilerin girişimciliğe yönelmesinin arkasında kendi işlerini kurmaya mecbur eden sebeplerin varlığı görülmektedir. Kadın girişimcileri girişimciliğe yönlendiren faktörlerden çekici faktörler kategorisinde ise; bağımsızlık, ilgi alanı, hırs, fırsatları değerlendirme, konforlu bir yaşam isteği, statü ve prestij kazanma arzusu, kendini gerçekleştirme, para kazanma, yatırım ve istihdam yaratma arzusu, iş tatminine ulaşma, eğitim ve ailesel etkiler bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, kadınların girişimciliğe yönelmesinde yaşam koşullarına bağlı olarak girişimciliği onlar için çekici hale getiren sebeplerin yer aldığı görülmektedir.

Kadınları girişimciliğe yönelten faktörlerin incelendiği çalışmalar, daha çok girişimci olmuş kişilere yöneliktir. Literatürdeki bu çalışmalar incelendiğinde girişimcilik niyetini şekillendiren faktörlerin çok da birbirinden farklı olmadığı, ortak boyutlar altında toplanabileceği görülmektedir. Bu verilere göre itici faktörler arasında '*finansal zorluklar*', girişimci olmuş kişiler üzerinde yapılan diğer çalışmalarla (Zapalska, 1997; Ufuk ve Özgen, 2001; Yetim, 2002; Çakıcı, 2006; Boateng, Isabalija ve Indome, 2010; Afza, Osman ve Rashid, 2010; Fuad, Bohari ve Hin, 2011) paralel sonucun ortaya çıktığını göstermektedir. Girişimcilerin kendi yaşamlarını sürdürebilmeleri, ailesine maddi olarak destek olabilmesi noktasında yeterli ekonomik düzeye sahip olamaması durumunda yaşadığı zorluklar, onun girişimde bulunmasına sebep olmuştur. İtici faktörlerden '*can sıkıntısı*', yapılan diğer çalışmalarda da (Zapalska, 1997; Yağcı ve Bener, 2005) girişimciliğe yönelimde etkili faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın girişimcileri kendi işletmelerini kurmada çekici faktörler unsuru bağımsızlık, ilgi alanı, hırs, fırsatları değerlendirme, konforlu bir yaşam isteği, statü ve prestij kazanma arzusu, kendini gerçekleştirme, para kazanma, yatırım ve istihdam yaratma arzusu, iş tatminine ulaşma, eğitim ve ailesel etkiler şeklinde sıralanmaktadır. Nitekim '*bağımsız olma isteği*' faktörü daha önce yapılan çalışmalarla (Littunen, 2000; Yetim, 2002; Carter, Gartner, Shaver ve Gatewood, 2003; Hughes, 2003; Kutanis ve Hancı, 2004; Mitchell, 2004; Yağcı ve Bener, 2005; Boateng, Isabalija ve Indome, 2010; Özdemir, 2010; Afza, Osman ve Rashid, 2010) paralel sonucun ortaya çıktığını göstermektedir. Çekici faktör olarak

en büyük neden bağımsız olma isteğidir. Sebep olarak ise girişimci kadının girişimci olmadan önceki işinde, yapacağı işlerde üstlerinden aldığı emirlerden dolayı kendi istediği yöntemi uygulayamaması, kararları hür verememesinden dolayı kısıtlanması, bir başkası için çalışmanın ona zor gelmesi ve daha ferah bir yaşam istemesinden dolayı kendi işine sahip olma isteğinin büyük etkisi vardır. Kadınların girişimci olmalarında ‘*ilgi alanı*’ faktörü, Fuad, Bohari ve Hin (2011) tarafından yapılan çalışma ile; ‘hırs’ ve ‘*iş tatmini*’ faktörü, Boateng, Isabalija ve Indome (2010) tarafından yapılmış çalışma ile; ‘*fırsatları değerlendirme*’ faktörü, Shaver ve Gartner (1995), Littunen (2000), Hughes (2003) tarafından yapılmış çalışmalarla; ‘*konforlu bir yaşam isteği*’, Yağcı ve Bener (2005), Afza, Osman ve Rashid (2010) tarafından yapılmış çalışmalarla, ‘*statü ve prestij kazanma arzusu*’, Şahin (2009), Afza, Osman ve Rashid (2010), Kutanis ve Hancı (2004) tarafından yapılmış çalışmalarla; ‘*kendini gerçekleştirme*’, Ufuk ve Özgen (2001), tarafından yapılmış çalışma ile; ‘*para kazanma arzusu*’, Okafor ve Amalu (2010), Zapalska (1997), Gundry ve Welsch (2001), Carter, Gartner, Shaver ve Gatewood (2003) tarafından yapılmış çalışmalarla; ‘*yatırım ve istihdam yaratma arzusu*’, Hughes (2003) ve Minniti ve Arenius (2003) tarafından yapılmış çalışmalarla; son olarak ‘*eğitim ve ailesel etkiler*’in ise, Okafor ve Amalu (2010), Narayanasamy, Rasiah ve Jacobs (2011), Fuad, Bohari ve Hin (2011), Mani (2011), Minniti ve Arenius (2003) tarafından yapılmış çalışmalarla paralel sonucun ortaya çıktığını göstermektedir.

Zapalska (1997) ve Özdemir (2010)’in çalışmalarında “önceki veya mevcut işten duyulan memnuniyetsizlik” önemli bir faktör olarak bulunmuşken, bu çalışmada böyle bir faktöre rastlanmamıştır. Carter, Gartner, Shaver ve Gatewood (2003)’nın çalışmasında “yenilik” girişimci olma nedenlerinde motivasyonel bir faktör olarak bulunmuşken, bu çalışmada böyle bir faktöre rastlanmamıştır. Minniti ve Arenius (2003)’nin çalışmasında “sosyo-ekonomik çevre ve cinsiyet ve örgütsel biçimler” kadınların girişimciliğini etkileyen önemli faktörler olarak bulunmuşken, bu çalışmada bu faktörlere rastlanmamıştır. Boateng, Isabalija ve Indome (2010)’nun yapmış oldukları çalışmada itici faktörlerden “cam tavan”, çekici faktörlerden “esneklik” önemli faktörler olarak bulunmuşken, bu çalışmada bu faktörlere rastlanmamıştır. Geçmişte yapılan çalışmalarda da ve bu çalışmada da kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu çekici faktörler ile girişimci olmuşlardır. Ayrıca araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğunluğunun yüksek eğitim seviyesine

sahip oldukları görülmektedir ve bu durum geçmiş çalışmaları desteklemektedir. Bu durum, daha çok eğitilmiş kadınların girişimciliğe yöneldiğini ortaya koymaktadır. Girişimcilik ile uğraşan kadınlar, maddi ve manevi kazanımlar elde ederlerken, aynı zamanda bağımsızlık, kendini gerçekleştirme, statü ve prestij kazanma, aileye destek, istihdam sağlama, finansal fırsatlar, iş tatminine ulaşma gibi imkanlara da ulaşmış olmaktadır. Bu sebepten dolayı toplumda kadın girişimcilerin destekleneceği bir ortamın sağlanması, aile ekonomisine olumlu katkı sağlayacakken, Türkiye'nin ekonomik kalkınması açısından da daha geniş bir ufuk çizecektir. Kadınların girişimci yeteneklerini geliştirecek ve onları sorumluluk almaya teşvik edecek toplumsal ortam Türkiye'nin ekonomisine önemli kazanımlar getirecektir.

Sonuç olarak yapılan literatür taraması ve alan araştırması sonucu ortaya çıkan bilgi ve bulgular ışığında gelecek araştırmalar için öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Bu araştırma Gaziantep İli'nde faaliyet gösteren kadın girişimcilere uygulanmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda daha büyük bir popülasyon için de değerlendirilerek bölgesel farklılıklar ortaya çıkarılabilir.
- Bu araştırma kadın girişimcilere yönelik yapılmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalar daha kapsamlı bir alt yapıyla girişimci olmalarında etkili olan faktörleri ele alarak kadın ve erkek girişimcileri karşılaştırmak amaçlı da yapılabilir.
- Bu araştırma nitel yöntem kullanılarak yapılmıştır. Gelecekte nitel araştırma sonucunda ortaya çıkartılan faktörleri dikkate alarak nicel bir araştırma yapılabilir.

## KAYNAKLAR

- Abdullaeva, F. (2007). *Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ve İş Değerleri: Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.28.
- Ache, P. (2000). *Vision and Creativity Challenge For City Regions*. Future, ss.443.
- Afza, T., Osman, M. H. B. M. ve Rashid, M. A. (2010). Enterprising Behavior of Enterprise-less Rural Women Entrepreneurs of Khyber Pukhtan Khawa of Pakistan. *European Journal of Social Sciences*, 18(1): 109-116.
- Ağca, V. ve DüNDAR, S. (2007). Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (1):126-130.
- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, (29):79.
- Akın, A. (2007). Akademik Kontrol Odağı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(34): 9-15.
- Akın, M. (2010). Personeli Güçlendirme Algılaması, Örgüt İklimi Algılaması ve Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgüt Düzeyinde Yaratıcı Çıktılar Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri. *Bozok Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29):214-234.
- Altun, C., Altun, Y. ve Bahar, O. (17.10.2008). Kadınların Çalışma Hayatındaki Yeri ve Konuyla İlgili Yapılan Son Düzenlemeler, ss.2.
- Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the Intrapreneurship Concep. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, (1):17.
- Apak, S., Taşçıyan, K. H., Aksoy, M. (2010). Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri, 1.Basım, İstanbul, Papatya Yayıncılık Eğitim, ss.26.
- Arpacı, F. ve Ersoy, A. F. (2007). Kadının Çalışmasının Ailenin Yaşam Kalitesine Etkisinin İncelenmesi. *Aile ve Toplum, Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi*, 3(11):42.

- Ashraf, M. F. ve Qureshi, T. M. (2010). Risk Taking and Essential Success Factors: A Comparative Analysis In 21ST Century Entrepreneurial Dimensions. *Mustang Journal of Business and Ethics*, ss.99-116.
- Asilbay, N. T. (20-22 Şubat 2008). İşgücü Piyasası ve Cinsiyet Eşitsizliği Açısından Teklif Edilen Emeklilik Reformu Türkiye’de ki Kadın Emeklilerin Refah Seviyelerinin Yükselmesine Katkıda Bulunabilir mi? 2. *Ulusal İktisat Kongresi*, İzmir, ss.7.
- Austin, J., Stevenson, H. ve Skillern, J. W. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same Different or Both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, ss.2.
- Avolio, B. J., Kahai, S. ve Dodge, G. E. (2001). E-Leadership: Implications for Theory, Research, and Practice, *Leadership Quarterly*, 11(4):617.
- Avşar, M. (2007). *Yüksek Öğretimde Girişimcilerin Eğilimlerinin Araştırılması: Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.17.
- Aydın, F. ve Ünalı, Ü. E. (2010). The Analysis of Geography Teacher Candidates’ Perceptions towards “Geography” Concept with the Help of Metaphors. *International Online Journal of Educational Sciences*, (2):601.
- Aydın, İ. H. (2008). Matematik ve Düşünce, *Sinir Sistemi Cerrahi Dergisi*, (1) 4:211.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15):144-148.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18):101-113.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi. *Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği*. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 3(2):136-137.
- Baraz, B. (2006). *Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Ölçütleri*. 2. Aile Kongresi Kitabı, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Basım, N. ve Şeşen, H. (2008). Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt İçi Girişimcilik Tutumları İle İlişkisi. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 63(3):52.
- Başar, M., Tosunoğlu, B. T. ve Demirci, A. (2001). Girişimcilik ve Girişimcinin Yol Haritası: İş Planı. *Eskişehir Ticaret Odası Yayını*, Eskişehir, ss: 4.
- Başol, G. ve Türkoğlu, E. (2009). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Düşünme Stilleri İle Kontrol Odağı Durumları Arasındaki İlişki. *Uluslar arası İnsan Bilimleri*

*Dergisi*, 6(1):751-752.

- Başol, O. (2010). *Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.4.
- Bayrakdar, S. (2011). Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitiminin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1): 248.
- Bearden, W. O., Hardesty, D. M. ve Rose, R. L. (2001). Consumer Self Confidence: Refinements In Conceptualization and Measurement. *Journal of Consumer Research*, Vol:25, ss.122.
- Bedük, A. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12):106-111.
- Begley, T. ve Tan, W. L., (2001). The Socio-Cultural Environment for Entrepreneurship: A Comparison Between East Asian and Anglo-Saxon Countries. *Journal of International Business Studies*, 32(3):547.
- Bektaş, Ç. ve Köseoğlu, M. A. (2007). Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı:13, ss. 298
- Berber, A. (2000). Girişimci İle Yönetici Profiline Karşılaştırılması ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 29(1):38.
- Bernardi, R. A. (2001). A Theoretical Model for the Relationship Among: Locus of Control, and Longevity. *Business Forum*, 26(3/4):27.
- Bernardo, E. A. ve Welch, I. (2001). On The Evolution of Overconfidence and Entrepreneurs. *Journal of Economics and Management Strategy*, 10(3):301.
- Betil, İ. (2010). Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Journal of Entrepreneurship and Development, 5(1):25.
- Bledsoe, M. T. ve Oatsvall, R. J. (2010). Entrepreneurship - Women's Business. *International Business and Economics Research Journal*, 9( 13):47-49.
- Boateng, R., İsabaliya, S. R. ve Indome, R. (2010). Women Entrepreneurship In Ict Sector: A Case Study Of Ghana. *International Journal Of Business Research*, 10(5):56-67.
- Bozkurt, Ö. (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Çanakkale Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2): 95-98.
- Bradley, D. B. ve Bates, L. (2006). *Challenges Facing Women Entrepreneurs, Strategies for Sustainability*. University Of Central Arkansas, Small Business Institute Mid-Year Meeting, ss.23.



- Cansız, E. (2007). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.71-75.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G. ve Gatewood, E. J. (2003). *The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs*. *Journal of Business Venturing*, 18(1):13-18.
- Carter, S. ve Shaw, E. (2006). Women's Business Ownership. Recent Research and Policy Developments, <http://www.berr.gov.uk/files/file38330.pdf>.
- Casson, M. ,Yeung, B., Basu, A. ve Wadeson, N. (2006). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford Universty Press, Great Britain, ss.3, <http://www.amazon.com/Handbook-Entrepreneurship-Handbooks-Business-Management>.
- Ceylan, A. ve Demircan, N.(2002). Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki KOBİ'lerde Bir Araştırma. *21 Yüzyılda Kobi'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi, ss.4-14.
- Chang, W. ve Chiang, Z. H. (2007). A Study on How to Elevating Organizational Creativity of Design Organization. *International Association of Societies of Design Research*, The Hong Kong Polytechnic University, ss.2.
- Chrisman, J. J., Jess, H. C. ve Lloyd, P. S. (2002).The Influence of National Culture and Family İnvovement on Entrepreneurial Perceptions and Perfomance At the State Level. *Entrepreneurship Theory and Praticce*, 26(4):113-130.
- Covin, J. G. ve Miles, M. P. (1999). Corporate Entrepreneurship and Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3):47-51.
- Cromie, S., Callaghan,I. ve Jansen,M. (1992). The Entrepreneurial Tendencies Of Managers: A Research Note. *British Journal Of Management*, Vol:3, ss.3-4.
- Çakıcı, A. (2003). Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler. *11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, ss.72.
- Çakıcı, A. (2006). Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(4):54-70.
- Çelik, A. ve Akgemci, T. (1998). *Girişimci Kültürü ve Kobiler*. Nobel Yayınları, İstanbul, ss.39.
- Çelik, A. ve Akgemci, T. (2010). *Girişimcilik Kültürü ve Kobi'ler*, 3. Baskı, Ankara, Gazi Kitabevi, ss.6-30.

- Çevik, E. (2006). *Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri İle Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.34-37.
- Çiftçi, M. (2010). Türkiye’de İşsizliğe Çözüm Önerisi Olarak Kadın Girişimciliğın Geliştirilmesi: Mikro Kredi Uygulamaları, ss.48.
- Demircioğlu, Z. (2010). *Eskişehir’de Kadın Girişimciliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.11-26.
- Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 2(3):54.
- Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Beyin Baskınlık Analizi İle Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Örneği, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, (32):223-225.
- Demireli, C. (2011). Kurumsal Müşterilerin Sigorta Şirketi Seçimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Uygulama. Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.99.
- Dinçoflaz, N. J. (2009). Kentteki Kadının Yoksulluğu ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü’nün Kadın Yoksulluğuyla Mücadele Politikaları. T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü, ss.138-144.
- Dolgun, U. (2003). *Girişimcilik*. Alfa Kitabevi, 1. Baskı, İstanbul, ss.8.
- Döm, S. (2006). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Ankara, Detay Yayıncılık, ss.3-26.
- Dugas, M. J., Grosselin, P. ve Ladouceur, R. (2001). Intolerance of Uncertainty and Worry: Investigating Specificity in a Nonclinical Sample. *Cognitive Therapy and Research*, 25(5):556.
- Ecevit, Y. (2007). *Türkiye’de Kadın Girişimciliğe Eleştirel Bir Yaklaşım*. Uluslararası Çalışma Ofisi, Ankara, ss. 8-40.
- Entrialgo, M., Fernandez, E. ve Vazquez, C. J. (2000). Psychological Characteristics and Process: The Role of Entrepreneurship in Spanish SMEs. *European journal of Innovation Management*, 3(3):138.
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Yaklaşım. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(2):44-53.

- Erdem, O. ve Dikici, M. (2009). Liderlik ve Kurum Kültürü Etkileşimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(29):199.
- Fierman, S. (1990). *Peasant Intellectuals: Anthropology and History in Tanzania*. Wisconsin Madson: University of Wisconsin Press.
- Frone, J. R. (1990). Intolerance of Ambiguity as a Moderator of the Occupational Role Stress – Strain Relationship: A Meta Analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 11(4):311.
- Fuad, N., Bohari, A. M. ve Hin, C. W. (2011). Women Entrepreneurs in the ICT-Related Business in Malaysia: A Demographic Survey. *International Journal of Business and Management*, 6(10): 127-132.
- Garba, A. S. (2011). Stumbling Block for Women Entrepreneurship in Nigeria: How Risk Attitude and Lack of Capital Mitigates their Need for Business Expansion. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, ISSN 1450-2275(36):38-47.
- Girişimcilik Kavramı ve Türkiye de Girişimcilik (Girişimci Raporu). (2011). Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, ss.4, <http://www.oka.org.tr/ContentDownload/GirisimcilikRaporu.pdf>.
- Gatewood, E. J., Shaver, K. G. ve Gartner, W. B. (1995). A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors and Success at Venture Creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5):371-391.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi Kurumsal ve Pratik Bilgiler*. Siyasal Kitabevi, ss.83-111.
- Gönüllü, M. ve İçli, G. (2001). Çalışma Yaşamında Kadınlar: Aile ve İş İlişkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1):86.
- Gundry, L. ve Welsch, H. P. (2001). The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women-Owned Enterprises. *Journal of Business Venturing*, (16):453-461.
- Güney, S. (2006). *Davranış Bilimleri*. 3. Baskı, Ankara, Nobel Basımevi, ss.358-373.
- Güney, S. (2006). Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1):26-28.
- Güney, S. ve Nurmakhmatulu, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan Ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18):64-70.
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik (Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular)*. Siyasal Kitabevi, Ankara, ss.55-250.

- Gürol, M. ve Marşap, A. (2007). Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın. *Bilig*, (42):95-102.
- Hisrich, R. D. ve Brush, C. (1986). Women and Minority Entrepreneurs: A Comparative Analysis, *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson Center for Entrepreneurial Studies, ss.566-587.
- Hisrich R. D. ve Peters, M. (2002). *Entrepreneurship*. Fifth Edition, Mc Graw Hill International Edition, ss.7-76.
- Hughes, K. D. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and Organization*, 10(4):433-451.
- Ismail, H. C., Shamsudin, F. M. ve Chowdhury, M. S. (2012). An Exploratory Study of Motivational Factors on Women Entrepreneurship Venturing in Malaysia. *Business and Economic Research*, 2(1):1-9.
- Ivancevich, J., Konopaske, M. ve Matteson, E. (1997). *Management: Quality and Competitiveness*. Boston: McGraw-Hill.
- İkiz, A. N. (2011). *Otel İşletmelerinde İç Girişimciliği Etkileyen Örgüt İçi Faktörlere İlişkin Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, ss.9.
- İlter, B. (2008). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.27-39.
- İnce, M. (2010). Women in the Turkish Firms in the Globalization Process. *Business and Economics Research Journal*, 1(1):60.
- İrmiş, A., Durak, İ., ve Özdemir, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü*, Anadolu Girişimciliğinden Örnekler, Ekin Yayınevi, Bursa, ss.7-60.
- İyicil, A. G, (2006). *Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'de ki Kadın Girişimciliğinin İrdelenmesi ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss. 31.
- Kadın Girişimcilerin En Büyük Sorunu Risk Yönetimi. (19 Mart 2012), <http://www.kadingirisimci.com/haberler/kadin-girisimcilerin-en-buyuk-sorunu-risk-yonetimi.html>.
- Karabulut, T. (2009). *Girişimcilik ve Sürdürülebilirliği*. Papatya Yayıncılık, İstanbul, ss.11-13.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, ss.165-166.
- Kassarjian, H. H. (1977). Content Analysis in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 4(1):14.

- Kaya, A. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi*, Eğitim Kitabevi, Birinci Basım Konya, ss.34.
- Kaya, D., Güzel,D. ve Çubukçu,B. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesi'nde Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(2):78-80.
- Kayalar, M. ve Ömürbek, N. (2007). Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(1):186.
- Kendi İşini Kurmak İsteyenler İçin Girişimcilik Kılavuzu, (2011). T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları, ss.63.
- Kızılkaya, E. (2005). Joseph A. Schumpeter'in Girişimcilik Fikrine Dair Bir Not. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (10):32.
- Kisfalvi, V. (2002). The Entrepreneur's Character, Life Issues and Strategy Making, A Field Study. *Journal of Business Venturing*, (17):493.
- Koç, E. S. (2005). *Kadın Girişimcileri Kavramı ve Serbest Meslek Mensubu Kadın Girişimcilere İlişkin Konya İlinde Uygulamalı Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, ss.33-62.
- Koçel, T. (2007). *İşletme Yöneticiliği*. Yönetim ve Organizasyon. Organizasyonlarda Davranış, Klasik Modern, Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar, 11. Baskı, ss.447.
- Konrad, A. ve Langton, N. (1991). Sex Differences in Job Preferences, Workplace Segregation, and Compensating Earning Differentials: The Case of Stanford MBAs. *Proceedings of Academy of Management Meetings*, ss.368-371.
- Kuratko, D. F. ve Hodgetts, R. M. (1998). *Entrepreneurship*. 4th ed., NY: The Dryden Press., ss.123.
- Kutunis, R. Ö. ve Hancı, A. (2004). Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları, 3. *Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Eskişehir, ss.459-460.
- Kutunis, R. Ö. (2009). Kadın Girişimcilerin Algılanma Farklılıkları: Sakarya Örneği. *Uluslar arası ve Disiplinler arası Kadın Çalışmaları Kongresi*, Sakarya, ss.261.
- Kuvan, H. (2007). Türk Girişimcilerinin Yaşam ve Çalışma Değerleri: Malatyalı Girişimcileri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.35-43.
- Küçük, O. (2010). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Seçkin Yayıncılık, 4. Baskı, Ankara, ss.35-38.

- Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *Çanakkale Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1):21.
- Lee, S. M. ve Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4):402-403.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and Characteristics of The Entrepreneurial Personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(2):295-305.
- Low, S. A. (2009). *Defining and Measuring Entrepreneurship For Regional Research: A New Approach*. ProQuest Dissertations and Theses, ss.8-10.
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, (1):144.
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, (1):152.
- Malhotra, N. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation*. 4th Edition, USA, Pearson Prentice Hall Inc., ss.189.
- Mani, C. (2011). Forces behind Entrepreneurship of Women- an Economic Study. *International Journal of Bio-Resource and Stress Management*. 2(3):355-358.
- Marcati, A., Guido, G., ve Peluso, A. M. (2008). The Role of SME Entrepreneurs' Innovativeness and Personality in the Adoption of Innovations, *Research Policy*, (1):1.
- Minniti, M. ve Arenius P. (2003). Women in Entrepreneurship. *The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium*, ss. 2-26.
- Mirze, S. (2010). *İşletme*. Birinci Basım, Literatür Yayınları, Ömür Matbaacılık, İstanbul, ss.38-39.
- Mitchell, B. C. (2004). Motives of Entrepreneurs: A Case Study of South Africa. *Journal of Entrepreneurship*, 13(2): 167-180.
- Moore, D. P. (1990). An Examination of Present Research on The Female Entrepreneur. Suggested Research Strategies for The 1990's, *Journal of Business Ethics*, 9 (4-5):277.
- Müftüoğlu T. ve Durukan T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Ankara: Gazi Kitabevi, ss.6.
- Naktiyok, A. ve Bayrakkök, S. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(2):79.

- Naktiyok, A. (2007). Yenilik Yönelimi ve Örgütsel Faktörler. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2):221-226.
- Narayanasamy, K., Rasiah, D. ve Jacobs, C. J.(2011). An Empirical Study Of Factors Influencing Gender Differences In Entrepreneurship. *International Business and Economics Research Journal*, 10(10):17-23.
- Narin, M., Maşrap, A. ve Gürol, M., A. (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslar arası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1):67-73.
- Neden tekno-girişimci? (Girisimicin.com). (28 Mart 2012),  
<http://www.girisimicin.com/yazi/neden-tekno%20girisimci>.
- Nystrom, P. C., Ramamurthy,K. ve Wilson, A. L. (2002).Organizational Context, Climate and Innovativeness: Adoption of Imaging Technology. *Journal of Engineering and Technology Management*, (19):221-247.
- OECD, (2004). “Women’s Entrepreneurship: Issues and Policies”, 2.OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Enterprises (SMEs). *Promoting Entrepreneurship And Innovative Smes In A Global Economy: Towards A More Responsible And Inclusive Globalisation*, Istanbul, Turkey, pp.43.
- Okafor, C. ve Amalu, R. (2010). Entrepreneurial Motivations as Determinants of Women Entrepreneurship Challenges. *Petroleum-Gas University of Ploiesti, Economic Sciences Series*, (2):68-73.
- Organ, D. W. And Greene, C. N. (1974). Role Ambiguity, Locus of Control and Work Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, (59):101.
- Orhan, M. ve Scott, D. (2001). “Why Women Enter Into Entrepreneurship: An Explanatory Model”. *Women In Management Review*, MCB University Pres, 16(5):233.
- Owens, K. S., (2003). An Investigation Of The Personality Correlates Of Small Business Success (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses Database, ss.8.
- Öğüt, A., (2006). Türkiye’de Kadın Girişimciliğın ve Yöneticiliğın Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1):58.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Özer,Y. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi Üzerine Bir Uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2):30-31.
- Özdemir, A. A. (2010). Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri Ve Eskişehir’de Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10(1):117-124.

- Özdemir, S., Ersöz, H. Y. ve Sarıoğlu, H. İ (2007). Girişimciliğin ve KOBİ'lerin Ekonomik ve Sosyal Sistem İçindeki Yeri ve İşsizliği Önlemedeki Rolü. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(1):75.
- Özer, P. S. ve Topaloğlu, T. (2007). Girişimci ve Yöneticilerin Öğrenilmiş Gereksinimleri İle Kontrol Odaklarının Kıyaslanmasına Yönelik Bir Araştırma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2):439.
- Özsalmanlı, A. Y. (2005). Türkiye'de Kamu Yönetiminde Liderlik ve Lider Yöneticilik, ss.139.
- Öztürk, K. ve Özkay, B. (2005). 20 Soruda Küçük Girişimci Kredileri. *Ekonomist Dergisi*, (9):25.
- Patır, S. ve Karahan, M. (2010). Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2):38.
- Pektaş, Ö., Mırsal, H., Kalyoncu, A., Tan, D. ve Beyazyürek, M. (2003). Remisyonadaki Alkol Bağımlılarında Kontrol Odağı. *Journal of Depence*, ss.73.
- Peredo, A. M. ve Mclean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of The Concept. *Journal of World Business*, (41):56.
- Sabancı Ö., TÜSİAD,(2004). Girişimcilik Kongresi Açılış Konuşması, İstanbul, ss.2.
- Sali, A. (1998). Rekabet Kurulu İkinci Başkanı Prof. Dr. Tamer Müftüoğlu ile Girişimcilik Üzerine. *Çerçeve Dergisi*, ss.35.
- Saraçoğlu, M. ve Duran, C. (2009). Yaratıcı Girişimcinin Gelişiminde Çevrenin Rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(30):132.
- Saraçoğlu, M., Duran, C. ve Taşkın, E. (2010). Girişimcilikte Yaratıcılığın Üç Boyutu: Birey, Süreç ve Ürün. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2):1-14.
- Saygın, I. (7 Mayıs 2009). Türkiye'de Kadın Girişimci Olmanın Avantaj ve Dezavantajları. Ulusal Üniversiteli Girişimciler Ve Yöneticiler Zirvesi, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, [http://www.yerelgundem.com/yazarlar/isilay\\_saygin/187/turkiyede\\_kadin\\_girismci](http://www.yerelgundem.com/yazarlar/isilay_saygin/187/turkiyede_kadin_girismci).
- Schwartz, D. ve Malach-Pines, A. (2007). High Technology Entrepreneurs Versus Small Business Owners in Israel. *Journal of Entrepreneurship*, 16(1):2.
- Sciascia S. ve Riccardo D. V., (2004). *The Development of Enterpreneurship Research*, Liuc Papers, Serie Economia Aziendale, 146(19):4.



- Sexton, D. ve Vesper, V. (1982). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. New Jersey. Prentice Hall.
- Shalley, C. E. ve Smith, J. E. P. (2001). Effects of Social-Psychological Factors on Creative Performance: The Role of Informational and Controlling Expected Evaluation and Modeling Experience. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 84(1):2.
- Shane, S., Locke, E. A. ve Collins, J. C. (2003). *Entrepreneurial Motivation*, Human Resource Management Review, (13):263-269.
- Shapero, A. ve Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, ss.72- 88.
- Sığı, Ü., (2007). Kamu ve Özel Sektördeki Kişisel ve Örgütsel Değerlerin Uyumlaştırılması Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma. Muğla Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18):51.
- Sosyal Girişim Portalı (28 Mart 2012),  
<http://www.sosyalgirisim.org/content/detail.aspx?cid=15>.
- Souitaris, V., Zerbinati, S. ve Al-Laham, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing*, (22):575-579.
- Soysal, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Siyasi Bilimler Fakültesi Dergisi*, 65(1):90-102.
- Spector, P. E. (1988). Development of The Work Locus of Control Scale. *Journal of Occupational Psychology*, (61):335.
- Şahin, E. (2009). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(17):287-307.
- Şeşen, H. (2010). Kontrol Odağı, Genel Öz Yeterlilik, İş Tatmini ve Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Ankara’da Bulunan Kamu Kurumlarında Bir Araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2):200.
- Şimşek, Ş. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*. 6.Baskı, ss.7.
- Tağraf, H. ve Halis, M. (2008). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin Girişimsel Öz Yetkinlik Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2):93-104.
- Tanoğlu, S. (2008). *Kişilik Özelliklerinin Girişimci Olma Niyeti Üzerine Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.33-34.

- Taylor, S. R. and Newcomer, J. D. (2005). Characteristics of Woman Small Business Owners. *International Handbook of Woman and Small Business Entrepreneurship*. Ed. Fielden, S. L. and Davidson, M. J. Edward Eldar Publishing, UK, pp.24.
- Tek, T. (2008). *Kadınlarda Girişimcilik Eğilimleri ve Dumlupınar Üniversitesi Bayan Lisansüstü Öğrencilerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.7-143.
- Tekin, M. (1999). Girişimcilik, Kendi İşini Kurma, İşletme. İkinci Baskı, Damla Ofset, Konya, ss.4-25.
- Teoh, H. Y. ve Foo, S. L. (1997). Moderating Effects of Tolerance For Ambiguity and Risk-Taking Propensity On The Role Conflict-Perceived Performance Relationship: Evidence From Singaporean Entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 12(1):72.
- Thebaud, S. (2011). Social Policies and Entrepreneurship: Institutional Foundations of Gender Gaps Across 24 Countries. *Academy of Management Best Paper Proceedings*, ss.1-6.
- Thompson, J. L. (2004). The Facets of The Entrepreneur: Identifying Entrepreneurial Potential. *Management Decision*, (42):245.
- Tikici, M. ve Aksoy, A. (2009). *Girişimcilik ve Küçük İşletmeler*, 1. Basım, Ankara, Nobel Basımevi, ss.5-36.
- Toksöz, G. (2007). Türkiye’de Kadın İstihdamının Durumu, Uluslar arası Çalışma Örgütü, 1.Baskı, Ankara, ss.8.
- Tunç, B. (2007). *İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.162.
- TUSİAD (Türk Sanayileri ve İş Adamları Derneği), (2002). Türkiye’de Girişimcilik, Yayın No, TUSİAD-T/2002-12/340, ss.35.
- Türkiye’de Kadın Girişimci, 2007 Durum Raporu (15 Ekim 2007), [www.kayserito.org.tr/media/kadingirisimci\\_tr.doc](http://www.kayserito.org.tr/media/kadingirisimci_tr.doc).
- Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı: Eğilimler, Belirleyici Faktörler ve Politika Çerçevesi. (23 Kasım 2009). Beşeri Kalkınma Sektörü Avrupa ve Orta Asya Bölgesi,ss:10-15.  
[http://siteresources.worldbank.org/TURKEYEXTN/Resources/3617111268839345767/Female\\_LFP-tr.pdf](http://siteresources.worldbank.org/TURKEYEXTN/Resources/3617111268839345767/Female_LFP-tr.pdf)
- Türkoğlu, F. (13.07.2007). Kadın Girişimciler. Referans Gazetesi, [http://www.kobifinans.com.tr/tr/bilgi\\_merkezi/020101/16187](http://www.kobifinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/020101/16187).

- Ufuk, H. Ve Özgen, Ö. (2001). The Profile of Women Entrepreneurs: a Sample From Turkey. University of Ankara, College of Home Economics, Department of Home Management and Family Economics, *International Journal of Consumer Studies*, 25(4):299-307.
- Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and Leadership: Common Trends and Common Threads. *Human Resource Management Review*, 13(2):313.
- Verheul, I., Van, S. A. ve Thurik, R. (2006). Explaining Female and Male Entrepreneurship At The Country Level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(2):158.
- Weiler, S. ve Bernasek, A. (2001). Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. *The Social Science Journal*, (38):87.
- Wennekers, S. ve Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth, *Small Business Economic*, 13(1):49.
- Wong, S. ve Pang, L. (2003). Motivators to Creativity in The Hotel Industry, Perspectives of Managers And Supervisors. *Tourism Management*, Vol. 24, ss. 553-555.
- Yağcı, F. ve Bener, Ö. (2005). Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri İle Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler. *Akademia Sosyal Bilimler İndeksi*, (33):85-94.
- Yalçıntaş, M. (2010). Çağımızda Girişimcilik, *Çanakkale Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1):95.
- Yelkikalan, N. (2006). Başarılı Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın ve Girişimciler. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1):49-50.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. Mersin Üniversitesi, ss.79-89, [http://eab.ege.edu.tr/pdf/2\\_2/C2-S2-%20M8.pdf](http://eab.ege.edu.tr/pdf/2_2/C2-S2-%20M8.pdf).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara, ss.111-278.
- Yıldız, E. (2007). Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım, 1. Baskı, Ankara, Uluslar arası Çalışma Ofisi, ss.39.
- Yılmaz, B. S. ve Günel, Ö. D.(2011). Üniversite Eğitimi ve Girişimcilik: Bireyleri Girişimciliğe Yönlendiren Etkenler Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, (26):7-8.
- Zapalska, A. (1997). A Profile of Woman Entrepreneurs and Enterprises in Poland. *Journal of Small Business Management*, 35(4):76-82.
- Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship And Innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Reserach*, 11(1):28.

[http://www.kagider.org/?Dil=0&SID=325,\(www.kagider.org\)](http://www.kagider.org/?Dil=0&SID=325,(www.kagider.org)). (06.06.2012).

[http://www.kedv.org.tr/index.php?page=bireysel\\_kapasite,\(www.kedv.org\)](http://www.kedv.org.tr/index.php?page=bireysel_kapasite,(www.kedv.org))  
(06.06.2012).

[http://www.siviltoplum.com.tr/?ynt=icerikdetay&id=224,\(www.siviltoplum.com\)](http://www.siviltoplum.com.tr/?ynt=icerikdetay&id=224,(www.siviltoplum.com)).  
(06.06.2012).

[http://www.kader.org.tr/tr/container.php?act=unlimited00&id00=111,\(www.kader.org\)](http://www.kader.org.tr/tr/container.php?act=unlimited00&id00=111,(www.kader.org)). (06.06.2012).

[http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=8,\(www.kosgeb.gov\)](http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=8,(www.kosgeb.gov)).  
(06.06.2012).

[http://www.kadininstatusu.gov.tr/tr/html/96/Tarihce/,\(www.kadininstatusu.gov\)](http://www.kadininstatusu.gov.tr/tr/html/96/Tarihce/,(www.kadininstatusu.gov)).  
(06.06.2012).

## EKLER

### EK: 1

#### Sayın Girişimci,

Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında “**Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Faktörler**” konulu Yüksek Lisans Tez çalışması yürütmekteyim. **Sizinle yaptığım görüşme kayıtları ve aşağıda aldığım bilgiler çalışmamıza dahil edilmekte, firmanız ve sizin için herhangi bir risk taşımamaktadır.** Bu araştırmada vereceğiniz tüm cevaplar yalnızca bilimsel amaçla kullanılacak ve sizin tarafınızdan sağlanacak bütün bilgiler güvenli bir ortamda muhafaza edilecek, işletmenizde ya da başka bir işletmede hiç kimseye verilmeyecek ve açıklanmayacaktır. Çalışmayla ilgili görüşlerinizi ya da etik kaygılarınızı, tarafımıza iletebilirsiniz. Saygılarımızla.

#### Araştırmacı:

Işıl BİLİCİ ÖNAY

[bilici@gantep.edu.tr](mailto:bilici@gantep.edu.tr)

#### Tez Danışmanı:

Yrd.Doç.Dr. Mehmet TEKİNKUŞ

### KADIN GİRİŞİMCİLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER

#### 1. Daha önce başka bir iş tecrübeniz oldu mu?

Evet  Hayır

#### 2.Cevabınız evet ise daha önce hangi işi yapıyordunuz?.....

3.Ailenizde girişimci var mı?  Yok  Anne  Baba

Eş  Birinci dereceden akraba

4. Sermayenizin kaynağı nedir?  Şahsi banka kredisi  Şahsi kredi kartı

Şahsi birikimler  Üçüncü şahıslara borçlanarak

Kamu kuruluşları kredisi / teşvikleri / destekleri

Ortak bulma  Aile veya akraba desteği / Miras

Eş desteği  Diğer (Belirtiniz):.....

#### 5.İşletmeniz hangi sektörde faaliyet göstermektedir?.....

#### 6. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?.....

7. Kaç yıldır kendi işinizde çalışıyorsunuz? .....

8. İşletmenizde toplam çalışan sayısı nedir?  1-9  10-49  
 50-249  250 ve yukarısı

9. İşletmenin tek sahibi siz misiniz?  Evet  
 Hayır, ortaklarım var ( Kaç ortakınız.....)

10. İşletmenizde cinsiyetiniz nedeniyle her hangi bir sorun yaşadınız mı?

Evet kesinlikle yaşadım.  
 Hayır kesinlikle yaşamadım.

11. Kadın girişimcileri destekleme projelerinden haberdar mısınız?

Evet  Hayır

12. Herhangi bir destekleme projesinden yararlandınız mı?

Evet  Hayır

13. Cevabınız evet ise hangisinden/hangilerinden yararlandınız?.....

14. Destekleri yeterli buluyor musunuz?  Evet  Hayır

15. Cevap hayırsa, ne tür destekler verilmesini istersiniz?.....

16. Kendi işinizi kurmaya karar verdiğinizde, hangi kuruluş ya da araçlardan destek ya da bilgi aldığınız?

- Banka  
 Ticaret Odası, Meslek Birlikleri, Odası  
 Devlet Kuruluşları ( KOSGEB, DTM, vb. )  
 Tedarikçiler, Müşteriler, Başka İşletmeler  
 Aile, Eş, Arkadaş, vb.  
 İnternet, Kütüphane  
 Sivil Toplum Kuruluşları, Dernekler  
 Uluslararası Kuruluşlar (Dünya Bankası, vb.)  
 Diğer.....

17. Yaşınız: .....

18. DoğumYeriniz: .....

19. Medeni Durumunuz:  Evli  Bekar

20. Çocuğunuz var mı? Var ise kaç tane olduğunu belirtiniz?  Hayır  
 Evet, var ( sayısını yazınız ).....

21. Yetişme yeriniz:  Köy  Kasaba  
 Küçük Kent  Büyük Kent

22. Eğitim durumunuz:  Okur-yazar değil  İlkokul-Ortaokul  
 Lise  Fakülte-Yüksekokul  
 Yüksek Lisans  Doktora

## **ÖZGEÇMİŞ**

Işıl Önay 1987 yılında Gaziantep’te doğdu. Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü’nden 2009 yılından mezun oldu. 2009 yılında Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı’nda yüksek lisans eğitimine başladı. Işıl Önay 2009 yılı Kasım ayından itibaren Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü’nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaktadır.

## **VITAE**

Işıl Önay was born in Gaziantep in 1987. She graduated from the Department of Business Administration at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of University of Gaziantep in 2009. She has begun the Master of Business Administration education at University of Gaziantep in 2009. She has been working as a research assistant in the Department of Business Administration at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of University of Gaziantep since 2009.