

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

148200

**SAKARYA' DA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN  
SORUNLARININ İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**  
Saim Köşker

148200

**Enstitü Ana bilim Dalı: İŞLETME**  
**Enstitü Bilim Dalı: YÖNETİM VE ORGANİZASYON**

**Tez Danışmanı : Doç. Dr. Serkan BAYRAKTAROĞLU**

**Eylül-2004**

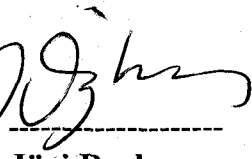
T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SAKARYA' DA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN  
SORUNLARINI İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ  
Saime Köşker

Enstitü Ana bilim Dalı: İŞLETME  
Enstitü Bilim Dalı: YÖNETİM VE ORGANİZASYON

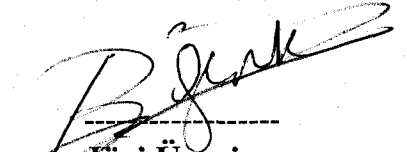
Bu tez 07/09/2004 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

  
Jüri Başkanı

Prof. Dr.  
Yılmaz Özkan

  
Jüri Üyesi

Doç. Dr.  
Serkan Bayraktaroğlu

  
Jüri Üyesi

Yrd. Doç. Dr.  
Rana Özen Kutanis

## ÖNSÖZ

Dünya pazarlarında serbest piyasa ekonomisinin hakim olmasıyla birlikte devlet ekonomik faaliyetlerden çekilerek yerini özel teşebbüs ve girişimcilere bırakması ile girişimcilik faaliyetlerinin artmasını sağlamıştır. Ülkemiz nüfusunun % 50' sini oluşturan kadınların bu gelişmelerden uzak durmasını beklemek, gerek ülke ekonomisi için gerekse toplumsal yapısı açısından ileride büyük sorunlara yol açacaktır. Bu sebeple gerekli önlemler alınmalı ve bu büyük çoğunluğun girişimciliğe özendirilmesi amaçlanmalıdır. Kadınların istihdam sorunlarının ciddi boyutlarda olduğu ülkemizde kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması gerektiği açıktır. Bu amaçla kadın girişimciliğinin bölgesel profilini çıkardığımız çalışmada, kadın girişimcilerinin sorunlarına da yer verilmiştir. Bu sorunlara çözüm bulunması yeni iş kuracak kadın girişimcileri motive edecektir.

Bu çalışmanın hazırlanması sırasında bilgisini, zamanını ve desteğini benden esirgemeyen Danışman Hocam Doç. Dr. Serkan BAYRAKTAROĞLU' a, daha önce bu konuda yapmış olduğu çalışmalarla bana yol gösteren Yrd. Doç. Dr. Rana ÖZEN KUTANİS' e ve diğer tüm yüksek lisans hocalarıma,

Tüm çalışmam boyunca yanımda olan ve bilgilerini benden esirgemeyen dostlarıma,

Ve her zaman desteklerini yanımda hissettiğim ailem ve sevgili eşim Tuncay KÖŞKER' e

Teşekkürlerimi sunarım.

Saime KÖŞKER, 2004

# İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	v
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
ÖZET.....	ix
SUMMARY.....	x

GİRİŞ.....	1
------------	---

## 1. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

1.1 Girişim (Teşebbüs) ve Girişimci (Müteşebbis) Kavramları.....	5
1.2. Girişimcilik ile İlişkilendirilen Kavramlar.....	6
1.2.1. Esnaflık.....	6
1.2.2. Tacirlik.....	7
1.2.3. İşletme sahipliği.....	7
1.2.4. Teknisyenlik-Teknotratlık.....	8
1.2.5. Yöneticilik.....	8
1.2.6. Fabrika Yöneticiliği.....	11
1.2.7. Sermayedar (Kapitalist).....	11
1.2.8. Liderlik (Önderlik).....	12
1.3. Girişimciliğin Kavramsal Gelişimi, Tanımı ve Önemi.....	12
1.4. Girişimcilik ve Girişimci Bireyin Temel Fonksiyonları.....	19
1.5. Girişimci Bireyin Sahip Olması Gereken Temel Özellikler.....	21
1.6. Girişimcilik Efsaneleri.....	25
1.7. Girişimcilik Çeşitleri.....	28
1.7.1. Kişisel (Bireysel) Girişimcilik.....	32
1.7.2. Yatırımcı Girişimcilik.....	32
1.7.3. Yönetici (Manager) Tipi Girişimcilik.....	33
1.8. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	33
1.8.1. Genel Ülke Altyapısı.....	34
1.8.2. Girişimci Altyapısı.....	35
1.9. Girişimciliğin Avantaj Ve Dezavantajları.....	37

1.9.1. Girişimciliğin Avantajları.....	38
1.9.2. Girişimciliğin Dezavantajları.....	39
1.10. Tarihi Gelişim Süreci İçinde Girişimcilik.....	40
1.10.1. Dünyada Girişimcilik.....	40
1.10.2. Türkiye’ de girişimcilik.....	42
1.11. Girişimcilikte Bazı Güncel Konular.....	45
1.11.1. İgirişimcilik.....	45
1.11.2. Kadın Girişimciliği.....	48
1.12. Girişimcilik Kültürü ve Girişimcilik Kültürünün Oluşması.....	48

## **2. KADIN GİRİŞİMCİLİğİ**

2.1. Cinsiyet - Rol Tutumları.....	53
2.2. Kadının alışma Hayatındaki Yeri.....	55
2.3. Kadın Girişimciliği.....	57
2.4. Kadın Girişimciliği eşitleri.....	60
2.5. Kadın Girişimciler İçin Girişimcilik Süreci.....	63
2.6. Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasının Sebepleri.....	64
2.7. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar.....	65
2.8. Kadınları Girişimciliği Sevk Eden Nedenler.....	67
2.9. Kadın Girişimciliğini Artırmaya Yönelik Politikalar.....	67
2.10. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar.....	68

## **3. SAKARYA’ DA KADIN GİRİŞİMCİLİğİNİN SORUNLARIN**

### **İNCELENMESİ**

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amaı.....	73
3.2. Araştırmanın Kısıtları.....	74
3.3. Araştırmanın Yöntemi ve Örnek Seçimi.....	75
3.4. Araştırmanın Evreni .....	75
3.5. Araştırmanın Varsayımları .....	75
3.6. Veri Toplama Yöntem ve Araçları.....	76
3.6.1. Soru formunun hazırlanması.....	76
3.6.2. Soru formunun uygulanması.....	76

3.6.3. Verilerin Değerlendirilmesi.....	77
3.7. Araştırma Bulguları.....	78
3.7.1. Girişimci Kadınların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler.....	78
3.7.2. Girişimci Kadınların Girişim Faaliyetlerine İlişkin Bilgiler.....	85
3.7.3. Deneklerin İş Kurma Nedenlerin Etkileyen Unsurlara İlişkin Bilgiler.....	95
3.7.4. Deneklerin Girişimcilikte Başarılı Olmak İçin Öngördükleri Unsurlar....	99
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>109</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>114</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>122</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>130</b>

## KISALTMALAR

<b>AB</b>	:	Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	:	Amerika Birleşik Devletleri
<b>AR-GE</b>	:	Araştırma ve Geliştirme
<b>DİE</b>	:	Devlet İstatistik Enstitüsü
<b>GEM</b>	:	Global Entrepreneurship Monitor (Dünya Girişimcilik Raporu)
<b>BM</b>	:	Birleşmiş Milletler
<b>OECD</b>	:	Organization for Economic Cooperation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
<b>GB</b>	:	Gümrük Birliği
<b>GSYİH</b>	:	Gayri safi yurtiçi hasıla
<b>KOBİ</b>	:	Küçük ve Orta Büyüklükteki (Boy-Ölçekli) İşletmeler
<b>DPT</b>	:	Devlet Planlama Teşkilatı

## TABLÖLAR

<b>Tablo 1:</b> Girişimcilik teorisinin ve girişimci teriminin gelişimi.....	14
<b>Tablo 2:</b> 1985-1990 Yılı Verilerine Göre Çalışan Kadınların Dağılımı.....	56
<b>Tablo 3:</b> Bazı Ülkelerdeki Kadın Girişimcilerin Oranları.....	59
<b>Tablo 4:</b> Modern ve Geleneksel Kadın Girişimciler Arasındaki İlişkiler.....	62
<b>Tablo 5:</b> Türkiye' nin Girişimcilikteki Payı Daha Yüksek Olan Ülkelerle Karşılaştırmalı Kullanma Oranları.....	66
<b>Tablo 6:</b> Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karakteristikler Yönünden Karşılaştırmaları.....	71
<b>Tablo 7:</b> Deneklere İlişkin Bilgiler.....	79
<b>Tablo 8:</b> Denek Eşlerinin Mesleğine Göre Dağılımı.....	81
<b>Tablo 9:</b> Deneklerin Baba Mesleğine Göre Dağılımı.....	82
<b>Tablo 10:</b> Deneklerin Anne Mesleğine Göre Dağılımı.....	83
<b>Tablo 11:</b> Meslek Lisesi Mezuniyet Bölümü- Faaliyet Alanı İlişkisine Göre Dağılımı.....	83
<b>Tablo 12:</b> Üniversite Mezuniyet Bölümü-Faaliyet Alanı İlişkisi.....	84
<b>Tablo 13:</b> Öğrenim Dışında Kurslara Katılımlara Göre Dağılım.....	84
<b>Tablo 14:</b> Deneklerin Faaliyet Alanına Göre Dağılımı.....	85
<b>Tablo 15:</b> Deneklerin Daha Önce Başka Bir İşte Çalışma veya Çalışmama Durumuna Göre Dağılımı.....	85
<b>Tablo 16:</b> Deneklerin Daha Önce Çalışılan Faaliyet Alanına Göre Dağılımı.....	86
<b>Tablo 17:</b> Deneklerin İş Yeri Kuruluş Tarihine Göre Dağılımı.....	86
<b>Tablo 18:</b> Deneklerin İş Yeri Kuruluş Sermayesi Teminlerine Göre Dağılımı.....	87
<b>Tablo 19:</b> Deneklerin İş Yerindeki Pozisyonuna Göre Dağılım.....	88
<b>Tablo 20:</b> Deneklerin İş Yerlerinde Çalışan Kişi Sayısına Göre Dağılımı.....	88
<b>Tablo 21:</b> Deneklerin İş Yerinin Mülkiyet Durumuna Göre Dağılımı.....	89
<b>Tablo 22:</b> Deneklerin İşlerini Kurarken Sorun Yaşama Durumuna Göre Dağılımı.....	90
<b>Tablo 23:</b> Deneklerin İşlerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunlara Göre Dağılımı.....	90



<b>Tablo 24:</b> Deneklerin İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaştıkları Sorunlara Göre Dağılımı.....	91
<b>Tablo 25:</b> Deneklerin İşlerini Kurma Aşamasında ve Sonrasında Kadın Olmalarından Dolayı Sorun Yaşayıp Yaşamama Durumuna Göre Dağılımı.....	92
<b>Tablo 26:</b> Deneklerin Girişimcilik Faaliyetlerinden Elde Ettikleri Gelir.....	93
<b>Tablo 27:</b> Deneklerin İş ile İlgili Kararları Nasıl Aldıkları Durumuna Göre Dağılımı.....	94
<b>Tablo 28:</b> Deneklerin İş Kurma Fikrinin Kim Tarafından Düşünüldüğüne İlişkin Dağılım.....	95
<b>Tablo 29:</b> Deneklerin İş Kurma Düşüncelerini Destekleyenlere İlişkin Dağılım.....	96
<b>Tablo 30:</b> Deneklerin İş Kurma Düşüncesine Karşı Çıkanlara İlişkin Dağılım.....	97
<b>Tablo 31:</b> Deneklerin Neden Girişimcilik Faaliyetinde Bulduklarına Dair Bilgiler.....	98
<b>Tablo 32:</b> Deneklerin Girişimciliğe Yatkınlık Derecesine İlişkin Dağılım.....	99
<b>Tablo 33:</b> Deneklerin Girişimcilik Faaliyetlerinde Kendilerini Başarılı Görüp Görmeme Durumlarına İlişkin Dağılım.....	99
<b>Tablo 34:</b> Deneklere Göre Girişimcinin Sahip Olması Gerekli Bireysel Özelliklere İlişkin Dağılım.....	100
<b>Tablo 35:</b> Deneklerin Gelecek ile İlgili Planlarına İlişkin Dağılım.....	101
<b>Tablo 36:</b> Deneklerin Talep Koşullarını Dikkate Alma Durumlarına İlişkin Dağılımı.....	102
<b>Tablo 37:</b> Deneklerin Girişimci Olmak İsteyen Kadınlara Önerilerine İlişkin Dağılım.....	102
<b>Tablo 38:</b> Denek Eşlerinin Mesleği ile Deneklerin İşletmeyi Kurarken Sorun Yaşayıp-Yaşamama Durumu.....	103
<b>Tablo 39:</b> Denek Eşlerinin Mesleği ile Deneklerin İşlerini Kurarken Yaşadıkları Sorunlar.....	104
<b>Tablo 40:</b> Deneklerin Yaş Durumuna Göre Faaliyet Alanına İlişkin Dağılım.....	104

<b>Tablo 41 : Deneklerin Medeni Durumları ile Girişimci</b>	
Olma Sebeplerine İlişkin Dağılım.....	105
<b>Tablo 42 : Deneklerin Yaş Durumuna Göre Girişimci</b>	
Olma Sebeplerine İlişkin Dağılım.....	106
<b>Tablo 43: Deneklerin Yaş Durumuna Göre Girişimci Olmayı</b>	
Tercih Sebeplerine İlişkin Dağılım.....	106
<b>Tablo 44 : Deneklerin Yaş Durumu ile Deneklerin Girişimci</b>	
Olmak İsteyen Kadınlara Önerilerine İlişkin Dağılım.....	107
<b>Tablo 45 : Deneklerin Çocuk Sayısı ile Deneklerin İşletmeyi Kurduktan</b>	
Sonra Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Dağılımı.....	108



## ŞEKİLLER

Şekil 1: Girişimcilik Türleri.....	31
Şekil 2: Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	34
Şekil 3: Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları.....	38
Şekil 4: Girişimcinin Yerel Çevresi.....	49
Şekil 5: Girişimcinin Ulusal Çevresi.....	49
Şekil 6: Girişimcinin Uluslar arası Çevresi.....	49
Şekil 7: Girişimcilik Kültürünün Oluşması.....	52
Şekil 8: Girişimci Kadın Tipleri.....	62



## ÖZET

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci, Girişimcilik, Kadın Girişimci, Ekonomik Profil, Girişim Faaliyetleri.

Araştırma, girişimci kadınların demografik yapılarını, girişim faaliyetlerine ilişkin bilgileri, girişimci olma nedenlerini ve girişimci olmak isteyen kadınlara önerilerini içermektedir. Bu çalışma Adapazarı ve çevresinde faaliyet gösteren girişimci kadınların, girişim faaliyetlerine başlamalarına sebep olan faktörleri belirlemek, karşılaştıkları sorunlarda önlem alınması gerekli tedbirleri saptamak ve diğer çalışmalarda kullanılmak üzere bir veri tabanı oluşturmak amacıyla hazırlanmıştır.

Araştırma örneklemini Adapazarı ve çevresinde iş yeri bulunan 100 kadın girişimci oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin, % 57' si ticaret alanında faaliyet göstermekte ve % 62' si girişimcilik alanından elde ettikleri gelir ile evin toplam gelirinin en az yarısını kazanır durumdadır. Kadın girişimcilerin iş kurma fikirlerine hiç kimse (% 85) karşı çıkmamış ve kadın olmalarından dolayı iş kurma aşamasında ve sonrasında % 87' si sorun yaşamamışlardır.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğu (% 67), ekonomik bağımsızlıklarını elde etmek ve aile ihtiyaçlarını karşılamak (% 49) amacıyla girişimcilik faaliyetlerine başlamışlardır. İş kurma fikirlerini ağırlıklı olarak eşleri (% 21) ve aileleri (% 28) desteklemişlerdir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin % 44' ü işletmeyi kurma aşamasında en çok sermaye temini sorunu ile karşılaşmışlardır. İşletmeyi kurduktan sonra karşılaştıkları sorun olarak, % 58' i işletmenin devamı ve büyümesi için gereken sermayenin temini sorunu yaşamaktadırlar.

Deneklerin yaşları ile faaliyet alanları, aile ihtiyaçlarını karşılamak için girişimciliği tercih nedenleri, girişimciliği başka bir alternatiflerinin olmaması sebebiyle tercih etmeleri ve diğer kadın girişimcilere sevdikleri işi yapmaları noktasındaki önerileri arasında anlamlı ilişkilerin olduğu saptanmıştır ( $P<0,05$ ). Medeni durum ile aile ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla girişimci olmayı tercih sebepleri arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır ( $P<0,05$ ). Çocuk sayısı ile işletmenin devamı ve büyümesi için gereken sermayenin temini arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır ( $P<0,05$ ).

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yeni iş kuracak kadınlara ilk önerileri (% 69) kendilerine güvenmeleri ve cesur olmaları yönündedir.

## SUMMARY

### A RESEARCH ON WOMAN ENTREPRENEURS IN SAKARYA

**Keywords:** Entrepreneur, Enterprising, Woman Entrepreneur, Economic Profile, Enterprising Activities.

This research includes the demographic structures of woman entrepreneurs, information on their enterprising activities, the reason of becoming an entrepreneur and their suggestions to women who want to be entrepreneurs. The aim of this study is to determine the socio-cultural and economic profiles, of woman entrepreneurs acting in and around Adapazarı to find out the reasons of their starting their enterprising activities and to determine the subjects about which measures must be taken.

The research's example group is consisted of 100 woman entrepreneurs who have offices in and around Adapazarı.

57% of the subjects of this research are occupied with trade and 62% of them refund at least the half of the houses' total expenditure. Nobody 85% objected their ideas on establishing an enterprise an 87% of them have never had a problem due to their being females since they began their activities.

Most of the women entrepreneurs (67%) started enterprising to have their own economic freedom and (49%) to refund the family requirements. Mostly their husbands (21%) and their families (28%) supported their ideas in order to establish an enterprise.

% 44 of the woman entrepreneurs who participated in the research had the problem of assurance of money during the establishment of business enterprise. 58 % of the entrepreneurs had the problem of providing money due to surviving and growing of the business enterprise.

It was designated that there were meaningful relations between the age of entrepreneur and fields of activity and the reasons of preference to refund the family requirements and there were no other alternatives of the entrepreneurs and the suggestions of the entrepreneurs to the other woman entrepreneurs to do their own job they like.

Beside these, it was designated that there was a clear relation between marital status of the entrepreneurs and becoming an entrepreneur to refund the family requirements. There was also a relation between the number of child and providing of money due to surviving and growing of business enterprise.

The first suggestion of woman entrepreneur - studied in this research to the others who want to establish a new enterprise is to be self-confident and brave.

## GİRİŞ

Ekonomik gelişmeyi belirleyen başlıca üretim faktörleri; doğal kaynaklar, sermaye, iş gücü ve girişimciliktir. Günümüzde bu faktörlerden nitelikli işgücü ve girişimcilik hızla ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda belirginlik kazanan diğer bir konu, modern bilgi toplumunda; insanın ekonomik ekonomik değer yaratma gücünün fiziksel emekten düşünsel emeğe kaymasıdır. Bunun iki önemli boyutu olan yönetim ve girişimcilik alanlarında ise ağırlık girişimciliğe yönelmektedir. Gelişen teknolojilerle, yöneticiliğin bazı unsurlarının makineleşmesine karşılık girişimcilik, insanın tekelinde kalan en önemli itici gücü oluşturmaktadır.

Emeğin önemli bir unsur olduğu endüstriler giderek üçüncü dünya ülkelerine kaymakta, yerini kendi işletmelerini kuran girişimcilerin desteklediği endüstrilere bırakmaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmeler tablosunda girişimcilerin önemi giderek artmakta, girişimcilerin nitelikleri de buna bağlı olarak değişmektedir.

Gelişme literatürüne baktığımızda dünya da yoksulluğun azaltılabilmesi için nüfusun kontrolü, doğurganlığın azaltılmasının yanı sıra, bebek ve çocuk ölümlerinin azaltılması, ebeveyn eğitimi (özellikle kadının), kadın istihdamının artması, kadının resmi ve sosyal statüsünün yükselmesi gibi temel kriterlere önem verilmektedir [Kümbetoğlu, 1994: 563].

Son yıllarda özellikle dünyada 1970'lerden bu yana büyük bir atılım içinde olan kadınlar, çalışma hayatında ağırlıklarını gittikçe artarak hissettirmektedir. Kadınlar sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma, esnek çalışma saatleri ile 1970 ve 1980'lerde birçok engelle karşılaşmış olmaları gibi nedenlerle, ücret ve maaşla çalışmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler. Kadınların iş hayatında deneyim kazanma, yüksek konumlara geleceklerini kanıtlama çabaları 1980'li dönemlere rastlamakta olup, 1990'lı yıllar ise, kadınlara daha yüksek konumları ve erkek egemenliğindeki sektörlerde başarıyı vaad etmektedir [Liman, 1993].

Toplumsal, teknolojik ve endüstriyel değişimler gün geçtikçe daha çok kadını iş yaşamına çekmekte, pek çok kadın kendi işini kurmak istemektedir. Nitekim son yıllarda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kadınlar geleneksel rollerinden kaynaklanan bir çok sorunu çözerek ve rollerin ötesine geçerek, toplum içinde lider, yönetici, girişimci gibi daha üst rollere adım atmışlardır [a.g.e., s. 45].

Piyasa ekonomisi içinde hesaplanmış riskleri göze alarak nakde dönüşebilen mal ve hizmet üretip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı bulunan ve sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında tek başına çalışan ya da yanında başka bireyleri istihdam eden kadın “kadın girişimci” olarak tanımlanmaktadır [Anon, 1994: 97].

Risk üstlenebilme, cesaret, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik, kendine güven, esneklik, yaratıcılık ve mesleki yeterlilik kadın girişimcilerin başlıca özellikleridir [Hisrich, 1986]. Girişimcilik açısından amaç sahibi olma, öncelikleri saptama, geçmiş olaylardan ders alma, zamanı değerlendirme, işe bağlılık ve iyimserliği kaybetmemenin başarıyı etkileyen temel olduğu söylenebilir [Onural, 1993: 68].

Yeni bir girişimin planlanması ve gerçekleştirilmesi riske girmeyi ve yoğun çaba göstermeyi gerektirmesine karşın girişimci kadınların sayısı hızla artmaktadır [Hisrich, 1988]. Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve İngiltere’ de kadın girişimcilerin yoğun olarak buldukları ülkelerin başında yer almaktadır [a.g.e., s.75].

Genel olarak ülkemizde kadınların iş yaşamında aktif roller üstlenmesi, belirli görevlere talip olması ve bu görevleri elde etme mücadelesi uzun zaman almıştır. Kadının alışma yaşamında aktif rol oynamaya geç başlaması ve çalışan kadın oranının kadın nüfus içindeki payının düşük olması, kadın girişimci sayısının da az olması sonucunu doğurmaktadır [Atalay, 1993: 25].

DİE’ nin 1990 Genel Nüfus Sayımı ve Hane Halkı İşgücü Anketlerine göre; Türkiye’ de girişimci kadınların oranı çalışan kadın nüfusunun % 7,5’ ini oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise bu oran % 30’ lara çıkmaktadır [Anon, 1993:35].

Kadınlarımızın çoğunluğu için gerek hanelerinde, gerek ekonomik yaşamda ikincil konumlarının, öteden beri, kadınların önce “iyi anne” ve “iyi ev kadını” olma sloganları ile geleneksel yapı içinde kalıcılaştırıldığı açıktır. “Kadınlık rollerine” çekilip orada tutulmak istemelerine rağmen, hanelerini, çocuklarını geçindirmek çabası kadınlarımızı çalışma para kazanma zorunluluğu ile karşı karşıya bırakmaktadır. Kadınlar bir yandan çalışmalarına getirilen sınırlamalar, diğer yandan ekonomik zorunluluklarla “ gelenek ve modernleşmenin” arasında kalmışlardır [Kümbetoğlu, 1994: 564].

Kadınları girişimciliğe iten nedenleri çekici ve itici nedenler olarak iki grupta toplamak mümkündür. Çekici nedenler; konuya ilgi, istek, mücadele ruhu, pazar fırsatı yakalamak gibi olgu ve olaylardır. İtici nedenler ise, iş kurmayı zorunlu hale getiren faktörlerdir. Eşin ölmesi, boşanma, ekonomik ihtiyaçlar gibi nedenler bu kapsamda düşünülebilir [Onural, 1993: 81].

Literatürde kadın girişimcilerin özelliklerini ve sorunlarını araştırmış pek çok çalışma mevcuttur. Bunlardan bazıları;

Goffee and Scase (1982), 54 kadın girişimci üzerinde yaptıkları çalışmada, kadın girişimlerin çoğunun 30-40 yaşlarında olduklarını, son 20 yıl içinde işletmelerini kurduklarını ve 20’ den az işçi çalıştırdıklarını göstermektedir. Girişimci olma nedenleri ücretli bir işte çalışarak elde edilenden daha fazla gelir elde etmek, daha önce çalışılan iş yerinden memnun kalmama ve bağımsızlık duygusudur.

Hisrich and Brush (1988), 468 kadın girişimci üzerinde yaptıkları araştırmada, kadın girişimcilerin genellikle 35-45 yaşlarında, orta ve üst düzeydeki bir ailenin ilk çocuğu olduğu, bağımsızlık ve başarı ihtiyacı güdülerini besledikleri ve kredi bulamama, iş konusunda deneyimsizlikten kaynaklanan sorunları olduğunu belirtmişlerdir.

Çelebi ve diğerleri (1993), 850 kadın girişimci üzerinde yaptıkları araştırmada, kadın girişimcilerin yoğunluğunun 30-39 yaş arasında, lise mezunu, evli - iki çocuklu ve ticaret alanıyla ilgilendiklerini göstermiştir. Bu çalışmanın Türkiye şartlarındaki kadın girişimcileri yansıttığı düşüncesiyle naçizane hazırladığımız araştırmanın doğruluğu ve



güvenilirliği açısından uyumlu olan bulgular belirtilecek ve araştırma bünyesinde yararlanılacaktır.

Bu araştırma üç bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde, girişimci ve girişimci kavramları üzerine değinilmiş, girişimciliği etkileyen faktörler, girişimci bireyin sahip olması gereken temel fonksiyonlar, girişimcilik efsaneleri, girişimcilik çeşitleri, girişimciliğin avantaj ve dezavantajları, girişimciliğin Türkiye’ de ve dünyada gelişimi, iç girişimcilik ve son olarak da girişimcilik kültüründen bahsedilmiştir.

İkinci bölümde, kadın girişimciliği, kadın girişimciliğinin çeşitleri, kadın girişimciler için girişimcilik süreci, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve alternatif çözüm önerileri ve son olarak da kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklardan bahsedilmektedir.

Üçüncü bölümde, Adapazarı ve çevresinde gerçekleştirilen 100 kadın girişimci ile yapılan araştırmanın amacı, önemi, hipotezleri, araştırma da kullanılan yöntemler, veri toplama ve analiz yöntemleri, araştırmanın kısıtları, araştırma bulguları ve son olarak da araştırma bulguları sonucunda gerçekleştirilen sonuç ve öneriler bölümü yer almaktadır.

Bu çalışmanın hazırlanması aşamasında bir çok kitap, rapor ve makalelerden yararlanılmıştır. Kadın girişimciler ile ilgili istatistiksel rakam ve veriler, konuyla ilgili araştırma yapan kurumların veri kaynaklarından sağlanmıştır.

# 1. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

## 1.1. Girişim (Teşebbüs) ve Girişimci (Müteşebbis) Kavramları

Geleneksel kültürümüzde yer alan “Teşebbüs” ve “Müteşebbis” kavramlarını bugün daha çok “Girişim” ve Girişimci” kavramlarıyla telaffuz etmekteyiz. Sözcük anlamı itibariyle bu kavramlar; “bir işi yapmak için hareket etme, başlama, kalkışma durumu ve böylesi bir durum içinde yer alan girişken insanı” ifade etmektedir.

Girişim, ama hangi konuda; girişimci özelliğe sahip insan; ama bu özelliği hangi alanlarda daha iyi bir şekilde gösterebilir; gibi sorulara verilecek cevaplarla girişim ve girişimcilik kavramları daha geniş bir anlam kazanmaktadır. Bu çerçevede içerisinde konuya baktığımızda toplumsal yaşamın hemen her alanında girişim ve girişimci tutum ve davranışlar sergileyen insanlara rastlayabileceğimiz gibi, siyasette, bilimde, teknoloji de, sanatta ve daha birçok alanda girişim ve girişimci insan tipine rastlamamız mümkündür.

İlk kez 18. Yüzyılın başında Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından; ‘henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi’ olarak tanımlanmıştır. Halk arasında iş adamı, iş bilen, patron, kendi işini kuran becerikli kişi veya öncü, atılğan gibi değişik isimlerle anılan girişimci, başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları gören, onları birer iş fikrine dönüştüren ve risk almaya yatkın olan kişidir. Modern girişimci yenilik yapar ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticari ürünlere dönüştürür.

Bir başka tanıma göre ise girişimci, mal ve hizmet üretimini gerçekleştirmek için doğal kaynak, sermaye, emek gibi üretim faktörlerini bir araya getirip faaliyete geçiren kişi olarak tanımlanabilir. Girişimci ile ilgili tanımların ortak noktası, girişimcilerin başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, onları birer iş fikrine dönüştürebilmesi ve birde risk almaya yatkınlığıdır.

Girişimciliği dördüncü bir üretim faktörü olarak gören Joseph Von Schumpeter’ e göre de girişimciler dinamik ve statik olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Buna göre

dinamik girişimciler yeni pazarlar, yeni tedarik ve finansman kaynakları bularak, yeni üretim teknikleri ve organizasyon şekilleri geliştirerek ekonomik gelişmenin öncülüğünü üstlenen kişilerdir. Statik girişimciler ise dinamik girişimcinin açtığı bu yoldan ilerleyerek, başka bir deyişle onları izleyerek, ekonomik gelişmenin boyutlarını genişletirler [Arıkan, 2002:56].

Girişimcilik bilimsel literatürde oldukça belirsiz bir kavramdır. Girişimcilik kavramı, pek çok iktisat bilimcisi veya yazar tarafından farklı yönler vurgulanacak şekilde tanımlanmaya çalışılmıştır. Yönetim teorisyenlerinin çoğu girişimciliği, yaratıcı insan, işletme sahibi veya bir girişimin yöneticisi olarak görmüşlerdir. Risk faktörü üzerinde durmamışlardır. Fakat iktisat bilimciler ve danışmanlık firmalarının çoğu öncelikle alınabilecek risk faktörü üzerine değerlendirme yapmaktadır. Burada da yönetsel yetenekler öncelik sıralarının sonunda yer almaktadır. Bu sebeptendir ki, ilgi noktaları çerçevesinde girişimcilik literatürde farklı tanımlar almaya devam edecektir.

## **1.2. Girişimcilik ile İlişkilendirilen Kavramlar**

Girişimcilik ile ilişkilendirilen kavramlar, esnaflık, tacirlik, işletme sahipliği, teknisyenlik-teknokratlık, yöneticilik, profesyonel yöneticilik, fabrika yöneticiliği ve liderlik ( önderlik) şeklinde sıralamak mümkündür [Çelik ve Akgemci,1998:7].

### **1.2.1. Esnaflık**

Esnaf; tacir sıfatını kazanacak kadar sermayesi olmayan ve geliri daha çok emeğe dayanana, bağımsız olarak çalışan kişi şeklinde tanımlanabilir. Başka bir tanıma göre esnaf, iktisadi faaliyeti nakdi sermayeden ziyade bedeni çalışmaya dayanana ve yıllık gayri safi geliri yasal çerçevede belirlenen miktarı aşmayan kişidir.

Esnaf, tacirle işgören arasında orta yerde bir konuma sahiptir. Yetersiz de olsa sermayenin olması ve bağımsız olarak çalışması bakımından daha çok tacire benzer bir özellik, emeğini kullanması bakımından da işgörene yakın bir özellik sergilemektedir.

### **1.2.2. Tacirlik**

Bir ticari işletmeyi kısmen de olsa, kendi adına işleten kimseye tacir denir. Bir bireyin tacir sayılabilmesi için gerekli hususlar şunlardır [Çelik ve Akgeci,1998:8]:

1. Ortada bir ticari işletmenin olması,
2. Bir ticari işletmenin kısmen de olsa işletilmesi,
3. İşletme faaliyetlerinin kendi adına olması,

Bunların yanı sıra birey, bir ticari işletmeyi kurup açtığını; sirküler, gazete, radyo gibi ilanlar vasıtasıyla halka bildirdiği halde fiilen işletmeye başlamamış olsa veya ticari işletmesini ticaret siciline kaydettirerek keyfiyeti ilan ettiği halde işletmeye başlamamış olsa bile tacir sayılmaktadır.

### **1.2.3. İşletme sahipliği**

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. Halbuki, girişimcilik ve müteşebbislik bir kavram olarak kuralcı bir anlamla yüküdür.

Bir kişinin girişimci olabilmesi için risk ve sorumluluk yüklenebilme, dinamik bir kişilik, yeniliklere açık olmak ve büyüme tutkusu gibi bir takım niteliklere sahip olması gerekir. Bu niteliklere sahip olmayan kişi, işletmenin mülkiyetine sahip sıfatı ile işletme sahibi olsa bile girişimci değildir [Müftüoğlu, 1997:72].

#### 1.2.4. Teknisyenlik-Teknotratlık

Günümüzde ekonomik ilerlemeyi en fazla etkileyen unsurların başında gösterilen girişimcilerin yanı sıra, bu alanda önemli bir aktör grubunu da teknisyenlik-teknokratlık oluşturmaktadır [Sali, 1998:32].

Teknisyen veya teknokratlığa; “bir şeyin doğru yapılmasını istiyorsan, kendin yap” ilkesi yön vermektedir. Teknisyene göre işlerin hayal edilmesi değil, yapılması gerekir. Bir işin herhangi bir teknisyenin gözünde bir değer taşıması için, fikir aşamasından, uygulama aşamasına doğru bir seyir izlemesi gerekir [Gerber, 1997:27].

Teknotrat yenilikleri ortaya koyan, girişimci ise bunun piyasalaştırabilen bir özellik taşımaktadır [Sali, 1998:32].

Girişimci gelecekte, yönetici geçmişte, teknisyen ise günümüzde yaşamaktadır. Girişimci hayal eder, yönetici onu süsler, teknisyen ise gerçekleştirir [Gerber, 1997:27].

İşletmeyi idare eden teknisyenin isteği, büyüme veya değişme değil bunun tam tersidir. Teknisyen çalışmak için gideceği bir yerde; istediği her şeyi dilediği zaman patronunun kısıtlamaları olmadan yapmak ister [Gerber, 1997:36].

#### 1.2.5. Yöneticilik

Yönetici, bir organizasyon içerisinde yer alan insanları bu organizasyonun amaçları doğrultusunda yönlendiren kişi olarak tanımlanabilir. Yönetici, girişimcinin ileri sürdüğü fikirleri uygulamak ve gösterdiği hedeflere ulaşabilmek için yolları saptayan ve bunu yaparken içinde bulunduğu durumun muhasebesini yapan, bu yollardan geçişin zamansal ve parasal programını düzenleyen kişi olmaktadır. Yönetici söz konusu etkinlikleri sergilerken şu özelliklere sahip olmalıdır [Müftüoğlu, 1994:72]:

- İşi bitirme azim ve heyecanı,
- Çalışkanlık,
- Bilgi,
- Organizasyon gücü,
- Finans,
- Denetim kabiliyeti,
- Çevre ile içte ve dışta iyi ilişkiler kurabilme

Bir başka ayrıma göre ise, "bir girişimcinin bitip tükenmek bilmeyen tutkusu, daima başkalarının göremediği fırsatları görmek iken, bir yöneticinin amacı yöneteceği işin gereklerini ne kadar sevmezse sevmesin yerine getirmektir" [Titiz, 1994:4].

Michael E. Gerber, girişimci ve yönetici arasındaki farklılıkla yaptığı analizlerde şu hususlara değinmiştir. Girişimci gelecekte, yönetici geçmişte yaşar. Girişimci kontrole önem verirken yönetici düzene önem verir. Girişimci değişikliklerle başarı sağlarken, yönetici statükoya bağlı kalır. Girişimci olaylardaki fırsatları hemen yakalar, yönetici hep problemleri görür. Yönetici bir ev yapar ve sonuna kadar orada yaşar. Girişimci evi inşa eder ve anında bir sonrakini planlamaya başlar. Yöneticinin işleri düzgün ve özenlidir. Girişimci ise yöneticinin sıraya sokacağı şeyleri yaratır. Yönetici, girişimcinin arkasından ortalığı toparlayan kişidir. Girişimci olmazsa temizlenecek bir şey de olmaz. Yönetici olmazsa işler ve toplum yürümez. Girişimci olmazsa yenilik olmaz [Gerber, 1997:26].

Yöneticileri hiyerarşik konumlarına göre sınıflandırmaktan ziyade, KOBİ' lerde yönetici ve büyük işletmelerde yönetici olarak sınıflandırmak, girişimcilik ile yönetici arasındaki ayrımı daha açık ifade edebileceğimizi düşünmekteyiz.

### **-Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yönetici**

Küçük ve orta ölçekli işletmelerde işletme sahibi, işletmenin kimliğinin belirlenmesinde çok önemli bir konuma sahiptir. Bu tür işletmelerde genellikle işletme sahipliği, girişimcilik ve yöneticilik aynı kişide bütünleşmektedir. Bu üç boyutun aynı insanda

tatmin edici bir seviyede bütünleşmesi, bu işletmelerin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır. Zira küçük ve orta ölçekli işletmelerde işletme sahibi işletmenin mülkiyetine sahip olan kişi olarak aynı zamanda girişimci ve kurulan işletmenin en üst seviyedeki tepe yöneticisi durumundadır. Yine bu tür işletmelerde işletmenin tepe yönetiminde bulunan kişi, aynı zamanda işletme sahibi olarak işletmeye ilişkin tüm riskleri üzerine almaktadır. Bu durum küçük ve orta ölçekli işletme yöneticisini profesyonel yöneticiden (veya ücretli yöneticiden) kesin olarak ayırmaktadır ve ayrımın bir ifadesi olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki yöneticiler için, 'risk üstlenen yönetici' deyiimi kullanılmaktadır. Burada risk üstlenme olgusu, sadece maddi değil, çok daha geniş kapsamlı (manevi-duygusal hissi) olarak anlaşılmalıdır. İşletme sahibi, yöneticisi ve girişimci işletmeyle kendisini özdeşleştirirken, aynı şey profesyonel yöneticiden beklenmez [Müftüoğlu, 1998:45-46].

#### **- Büyük İşletmelerde Yönetici (Profesyonel Yönetici)**

'Bir işletmenin tepe yönetiminin profesyonel yöneticilerden oluşması tipik bir büyük işletme özelliğidir'[a.g.e., s:46]. Gelişen ekonomilerde fonksiyonlarının daha karmaşık ve uzmanlık isteyen bir hale gelmesiyle, işletme sahiplerinin yöneticilik görevini etkin bir şekilde yapmakta yetersiz kaldıkları görülmektedir. Zaten işletmelerin ulaştıkları büyüklükler, işletme sahiplerini profesyonel yönetici istihdam etmek gibi bilinçli bir tercihe zorlamaktadır. Profesyonel yönetici; işletmenin yönetim sorumluluğunu üstlenen, yaptığı iş karşılığında ücret alan, dönem sonunda elde edilen kâr ve zarardan doğrudan doğruya etkilenmeyen kişidir [Çelik ve Akgemci, 1998:11].

Üst düzey yöneticiler; işletmeyi ortakların, müşterilerin, çalışanların, şirkete mal satanların ve işletmenin, fabrikaların bulunduğu memleketlerin menfaatlerini en iyi şekilde dengeleyerek yürütmekten sorumludur [Drucker, 1999:250].

Konumunun gerektirdiği gerekli ve yeterli bilgi birikimle donanmış olan profesyonel yönetici, vereceği kararlarla objektif ve rasyonel davranmak durumundadır [Müftüoğlu, 1998:53].

Ayrıca, profesyonel yönetici orta ve uzun vadeli planlar yapabilen, sebep ile sonuç arasındaki bağlantıyı araştırabilen, faydacı ve pragmatik bir stratejist olmalıdır. Profesyonel yönetici olmadan ne düzen, ne de öngörü olur [Gerber, 1997: 25].

### **1.2.6. Fabrika Yöneticiliği**

Fabrika yöneticisi, fabrika teknolojisi, personel kalitesi, rekabet, fabrika büyüklüğü, fabrika ömrü, otomatizasyon derecesi, mamul çeşitliği gibi fabrikada mevcut olan çeşitli sorunlarla ilgilenir. Bu sorunların hepsiyle ilgilenmek yöneticinin başarısına bağlıdır. Fabrika yöneticisi her yöneticiden beklenen bir takım fonksiyonları yerine getirmekle yükümlüdür. Bu fonksiyonlar; amaçların saptanması, politika ve ilkelerin belirlenmesi, planlama, organizasyon, kontrol gibi sorumluluklardır [Çelik ve Akgemci, 1998:12-13].

### **1.2.7. Sermayedar (Kapitalist)**

Toplumda sermaye denilince genellikle ilk akla gelen para olmaktadır. Oysa ekonomi literatüründe sermaye; üretimin gerçekleştirilmesinde söz konusu olan üretim araçlarıdır. Bu bağlamda makine-teçhizat, bina, v.s. birer üretim aracıdır. Sermayedar ise, bu üretim araçlarına sahip olan ve bu araçları bizzat yatırım yaparak değerlendiren kişidir.

Sermayedar, yatırıma giriştiği ve işletme kuruculuğu yaptığından dolayı girişimci ile karıştırılır. Özellikle az gelişmiş ülkelerde, kişi başına düşen sermaye miktarının az oluşu, üretim faaliyetinin sermayedar tarafından yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu da, girişimcilik ile sermayedarlığın aynı kişide toplanmasına sebebiyet vermektedir. Bu durumda girişimcilik, bir anlam kaymasına uğrayarak, bu tür ülkelerde farklı bir içerik kazanmaktadır. Oysa girişimcilik; risk alabilme, dinamizm, yenilik, v.b. nitelikler gerektirir. Her sermaye sahibi bu niteliklere sahip olmayabilir. Yine girişimci olabilmek için mutlaka sermayedar olmak gerekmez. Sermayenin kullanılmasını temin edebilen ve bunu diğer unsurlarla birleştirerek üretimi sağlayan, üretim faaliyetini tanzim ve idare



eden herkes girişimcidir. Ancak, böyle bir fonksiyonu yerine getirmeyen bir sermaye sahibi hiçbir zaman girişimci değildir [Zeytin, 1972: 57-58].

### **1.2.8. Liderlik (Önderlik)**

Yönetici, girişimci veya bu iki özelliği bir arada bulundurması gereken işletme sahibinin etkin bir lider (önder) olması gerekmektedir. Çünkü yöneticinin başarısı başkalarını etkileyerek kendi isteği doğrultusunda davranışa sevk etme yeteneğine bağlıdır [Çelik ve Akgemci, 1998: 13].

Klasik düşünürler, yönetici ve önder kavramlarını aynı anlamda kullanmışlar ve her yöneticinin bir önder olduğunu doğal olarak kabul etmişlerdir.

Lider, başkalarını belirli bir amaç doğrultusunda davranmaya yönlendiren kişidir. Liderliğin oluşması için yöneticilikte olduğu gibi resmi yetkiye gerek yoktur. Hiçbir resmi yetkisi olmadığı halde büyük grupları peşinde sürükleyen liderler olduğu bilinmektedir. Buna karşılık, büyük grupları değil, tek bir kişiyi bile arkasından sürükleyemeyen yöneticiler de bulunmaktadır [Can, 2002: 162].

Etkin bir liderliğin temeli, organizasyonun misyonunu düşünmek, bunu tanımlamak ve apaçık ortaya koymaktır. Lider, hedefleri ve öncelikleri saptayıp, bunların bozulmamasına nezaret eder. Uzlaşmalara da girişir ancak, etkin bir lider bir uzlaşmayı kabul etmeden önce doğru ve arzulanabilir olan neyse onu düşünür [Drucker, 1999:130].

### **1.3. Girişimciliğin Kavramsal Gelişimi, Tanımı ve Önemi**

Girişimcilik başlangıçta iktisat düşünürlerinin yakından ilgilendikleri bir alan olmuştur. 18. yüzyılın son çeyreğinde Cantillon, girişimciliğin risk alma ya da risk üstlenme vasfını öne çıkarmıştır. 19. yüzyılda J.B. Say, sermaye sahibi ile yönetim, işletmecilik,

denetim, karar alma gibi girişimcilik-yöneticilik işlevlerini birbirinden ayırmıştır. 1912 yılında yayınlanan The Theory of Economic Development adlı eseri ile Schumpeter, girişimcilik kavramının iktisat teorisine katılmasına önemli katkılarda bulunmuştur [Alada,2001:7].

Girişimci sözcüğü Fransızca'da üstlenmek, üzerine almak anlamına gelen "entreprendre" den alınmıştır ve genel olarak aracı, arabulucu şeklinde çevrilmiştir. Girişimci örgütlemeyi, yönetmeyi ve o işin riskini üstlenen kişidir. Son yıllarda girişimcilerin yapmakta oldukları bir çok farklı iş bu tanımı genişletmeyi gerektirmektedir. Bugün, bir girişimci, yenilik yapan veya geliştiren bir kişi olarak fırsatları bulup yakalar; bu fırsatları uygulanabilir/pazarlanabilir fikirlere dönüştürür; zamanla bu fikirlere emek, para veya becerileriyle değer katar; bu fikirleri uygulamak için rekabetçi pazar alanının risklerini üstlenir; ve bu çabalarının karşılığını paraya çevirir [Kuratko ve Hoggets, 1995:4].

Bilgi toplumuna geçiş ile birlikte önemi artan ve iktisadi anlamda önemli bir öge haline gelen girişimcilik kavramı üzerine orta çağdan itibaren çeşitli teoriler üretilmeye başlanmıştır.

Aşağıdaki tabloda bu gelişim sürecini görebiliriz [Hisrich ve Peters, 2002:7]:

**Tablo 1 : Girişimcilik teorisinin ve girişimci teriminin gelişimi**

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

**Kaynak:** Robert D Hisrich ve Micheal P. Peters, Entrepreneurship, 2002, , s.7

Ortaçağ'da girişimci terimi büyük üretim projelerini yöneten kişiler için kullanılmaktaydı. Bu kişiler daha çok devlet sermayesi destekli kale, katedral, kamu binaları gibi büyük mimari inşaat projelerinin yürütülmesinden (risk almaksızın) sorumlu kişilerdi [Hisrich ve Peters, 2002:8].

Ekonomi biliminin temelini atan kişi olarak bilinen Adam Smith, girişimci ile kapitalisti özdeşleştirir. 19' uncu yüzyıl başlarında ortaya çıkan neo-klasik ekonomi bu görüşü devam ettirmiş ve girişimcinin işyeri yöneticisi olduğu düşünülmüştür. Kısacası, bu dönemde girişimci, yönetici olarak maaş alan ve ekonomik teoride özel bir konumu olmayan kişidir. Üstelik, 18' inci yüzyıldan beri üretim ve sermaye yatırımlarının otomatik süreçler olarak algılandığı ekonomi biliminde, hayal gücünü çalıştırarak kritik kararlar ve riskler alan girişimciye ihtiyaç duyulmamıştır. Ayrıca, Walras' ın ifade ettiği gibi ekonomi bir sistemdir ve dışarıdan gelen etkilere karşı harekete geçerek dengeye

nasıl ulaşacağı konularına yoğunlaşarak, firma içindeki gelişmeleri incelemekten vazgeçmiştir [Çetindamar, 2003:35].

Girişimciliğin ekonomik değeri ve toplumda artan önemi, girişimciliğin genel iktisada ilişkin üretim faktörleri sisteminde emek, sermaye ve doğal kaynaklar grubuna dördüncü bir üretim faktörü olarak dahil edilebileceği görüşünü getirmiştir. Böylece, esasında aynen emek faktörü gibi insanın bir üretkenlik özelliği olan girişimciliğe üretim faktörleri sisteminde ayrı bir yer verilmiş olmaktadır [Müftüoğlu, 1994:57]. Bu yaklaşım Joseph von Schumpeter'in dinamik girişimci kavramı ile daha büyük bir önem kazanmıştır.

Schumpeter, girişimcilerin diğer ekonomik araçlara göre farklı davranışa (dinamik üretim faktörü) sahip olduğunu ve girişimcilerin yardımıyla durağan ekonominin diğer araçlarının yeni fonksiyonlar yerine getirmeye zorlandığını belirtmiştir [Schumpeter, 2002:4]. Dinamik girişimciler, (1)Yeni ürünle veya ürün kaliteleri geliştirerek, (2)yeni üretim yöntemlerini devreye sokarak, (3)yeni örgütlenme şekilleri geliştirerek, (4)yeni satış pazarları ve (5)yeni tedarik kaynakları bularak ekonomik gelişmeyi devam ettirirler [Müftüoğlu, 1994:57]. Kapitalist toplumları girişimcilerin eseri olarak gören Schumpeter, girişimci tanımının yüklendiği veya yerine getirdiği işleve göre yapılmasının gerektiğini belirtmiştir [Çelik ve Akgemci, 1998:17].

Shumpeter'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 [Çetindamar, 2003:35].

Bazı ekonomistler girişimciliği, ticaret alanının belirsizlikte şekillenmiş ve şekillenen pratik elemanı olarak almak yerine, önceden tanımlanmış planlı işler çerçevesinde yalnızca mantıksal bir problem olarak ele alırlar. Bunun en önemli istisnası ekonomist G.L.S. Shackle'dır. Shackle bütün iş adamlarının işlerini karar vermek olarak almıştır [Batstone ve Pheby, 1996:35]. Shackle, belirsizlik şartlarında karar vermenin ruhsal yönü ile ilgilenmiş ve bir girişimciyi aynı bir sanatçı gibi "yaratıcı" olarak

tanımlamıştır. Girişimci, hislerini, anlam ve duruma ilişkin algılamalar ile renklendiren kişidir [Arıkan, 2002:11].

Girişimciliğin ortaya çıkışı ile ilgili çevreyi öne çıkaran yaklaşımlar ise girişimcilerin ortaya çıkmasında pazar mekanizmaları ve devlet/hükümet politikalarının etkili olduğunu vurgulamıştır. Bu yaklaşıma göre, gelişmiş ülkelerde pazar mekanizmaları girişimci sınıfın ortaya çıkışında etkili iken; gelişmemiş ülkelerde, girişimciliğin gelişmesi hükümet politikalarının belirlediği ekonomik güdülere bağlıdır [Erdoğan, 2002:95].

Girişimcilik konusu, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte daha büyük önem kazanmıştır. Yapılan Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve Amerika' da girişimcilik düzeyi ve yıllık ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Global açıdan bakıldığında, girişimciliğin bir ülkenin ekonomik açıdan büyümesinde önemli rol oynadığı aşikardır. Özellikle A.B.D' de girişimciliğin bu denli önemli olmasının üç nedeni mevcuttur. Bunlar; teknolojik değişikliklere ve istihdamın artmasına yol açan *yenilik*, hem toplumsal hem de bireysel açıdan karlılık ve büyüme amaçları güden *yeni işletmelerin kurulması* ve yeni iş alanlarının yaratılması ile *istihdam yaratma* kavramlarıdır [Erbek, 2003: 35].

Girişimcilik, ekonomik büyüme sürecinin çok önemli bir unsurudur. Girişimci sayısındaki azalma ya da yeterince girişimcinin olmaması, sektörü olumsuz etkileyecek ve ülkede ekonomi alanında önemli krizlere yol açabilecektir.

Literatür, girişimciliğin farklı perspektiflerini yansıtan tanımlamalarıyla doludur. Bu tanımlara birkaç örnek verecek olursak;

Girişimcilik kavramı bu yüzyılda kişisel perspektif açısından değerlendirilmiş ve tanımlanmıştır. Bu keşif, girişimcinin üç tanımına yansımıştır. Neredeyse bütün girişimcilik tanımlarında, girişimcilik bir çeşit davranış olarak açıklanır ve bu davranış (1)insiyatif alma, (2)sosyal ve ekonomik mekanizmaları kaynaklara ve karlı durumlara

dönüştürmek için gerekli düzenleme ve yeniden düzenlemeleri yapma, (3) risk, veya başarısızlığı kabullenmeyi içerir [Hisrich ve Peters, 2002:10].

Bir ekonomist için girişimci; kaynakları, emeği, makine ve teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getirerek onlara eskisinden daha fazla değer katan ve aynı zamanda değişimi, yenilikleri getiren kişidir. Bir psikoloğa göre ise, girişimci kişi bir şeyi elde etme ya da ulaşma, denemeler yapma, başarma, başkalarının otoritesinden kaçma ihtiyacında olan ve bu tür güçlerce güdülenen insanlara denir. Bir işadamına göre girişimci bir tehdit, saldırgan bir rakip olarak görünebilir, başka bir işadamına göre ise aynı girişimci bir müttefik, tedarik kaynağı, bir müşteri veya değer ve zenginlik yaratan, iş üreten bir kişi olarak görülebilir [Arıkan, 2002:27].

Girişimci, üretim faktörlerini bir araya getirerek iktisadi mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan; ayrıca üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarlar bulan kişilerdir [Müftüoğlu, 1994:65].

Girişimcilik, varolan kaynaklara bakmaksızın bir fırsatın peşine düşülmesidir [Krueger ve Brazeal, 1994:91].

Halk arasında girişimci; işadamı, yönetici, sermayedar, patron, işbilen, işbitirici, kendi işini kurmaya çalışan, becerikli ve yetenekli kişi ya da daima yeni ve riskli fikirleri gerçekleştirmeye çalışan öncü/lider gibi farklı isimlerle anılmaktadır [Titiz, 1994:3].

Girişimci iş dünyasında değişim için bir katalizördür. O müşterek olayların arka planında farklı olmaya cüret eden bağımsız bir düşündürdür. Girişimcilik, zenginlik yaratmanın dinamik sürecidir. Bu zenginlik sermaye, zaman, ve/veya kariyer bağlılığı açısından büyük risk üstlenen bireylerce ürün ve hizmet için değer üretilerek yaratılır. Ürün veya hizmet kendi başına yeni veya eşsiz olabilir veya olmayabilir. Fakat girişimci bir yolunu bulup gerekli beceri ve kaynakları elde ederek ürün ve hizmete değer katmalıdır [Kuratko ve Hoggets, 1995:6].

Girişimcilik, çevresel faktörlerden doğan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar yaratabilme amacıyla ekonomik mal ya da hizmet üretmek için üretim faktörlerine sahip olma, örgütlenme yeteneği ve risk alma faktörleri ile bağdaştırılmaktadır. Girişimci ise, kaynaklar konusunda öngörüle bulunarak işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da karlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren kişidir [Çetin, 1996:29].

Çelebi 'girişimci' kavramı ile ilgili olarak, farklı yazarların görüşlerini şu şekilde aktarmaktadır: Kapitalist toplumların gelişiminde, girişimcileri birer kilometre taşı olarak gören J.Schumpeter, girişim için şu tanımı yapmaktadır: 'Girişimci, bir yenilikçidir ve denenmemiş teknolojileri geliştirir.' Modernleşme kuramcılarında D. Mc. Clelland' da girişimciyi, 'fırsatları maksimize eden kişi' olarak tanımlamaktadır. P. Drucker ise girişimciyi, 'fırsatları maksimize eden kişi' olarak görmektedir. Girişimciliğin anlaşılır kılınmasına dair bir çaba ise A.Shapero'dan gelmektedir. Ona göre, 'girişimci'; inisiyatif alan, bazı sosyo-ekonomik mekanizmaları düzenleyen ve başarısızlık riskini kabul eden kişidir.' Girişimciliğe ilişkin yeni ve kapsamlı bir açıklamayı en son R. Hisrich ve Peters yapmıştır.

Hisrich ve Peters'in girişimcilik için geliştirdiği genel bir tanımlamada ise: Girişimcilik, gerekli zaman ve eforu sarf ederek değer içeren farklı yeni şeyler yaratma sürecidir. Bu süreçte girişimci, işin beraberinde getirdiği mali, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenir ve işin sonucunda parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık sağlar [Hisrich ve Peters, 2002:10].

Bu tanımda vurgulanan girişimciliğin dört önemli yönü ise şunlardır: (1) Girişimcilik meydana getirme prosesidir. Fakat meydana getirilen şeylerin girişimci ve hitap edilen kişiler (müşteriler, tüketiciler) için değer yaratması gereklidir. (2) Girişimcilik faaliyeti gerekli zaman ve çabayı ayırmayı ister. (3) Risk üstlenme girişimciliğin üçüncü önemli yönüdür. Bu riskler finansal, psikolojik ve sosyal alanlardan oluşur. (4) Tanımda vurgulanan son önemli nokta ise girişimciliğin getireceği ödüllerdir. En önemli ödüller bağımsız olma ve onu izleyen kişisel tatmindir. Aynı zamanda başarı derecesinin

göstergesi sayılan para ve parasal ödüller de girişimcileri bekleyen mükafatların başında gelir.

Yukarıda belirtildiği gibi birçok girişimcilik tanımı yapılmıştır ve yapılmaktadır. Aralarındaki küçük farklılıklara rağmen, şu nosyonlara işaret etmekten kendilerini alıkoyamamaktadırlar: Risk alma, yenilikçilik, dinamizm, yaratıcılık, servet (maddi değer) elde etme, fırsatçılık (başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görme ve bunları birer iş fikrine dönüştürme) gibi hususlardır. Bu özellikler dünya girişimcilerinin hiç değişmeyen özellikleridir.

#### **1.4. Girişimcilik ve Girişimci Bireyin Temel Fonksiyonları**

Girişimcilik ve müteşebbislik, bir kavram olarak kuralcı bir anlam yüküdür. Bir kişinin girişimci olabilmesi için risk ve sorumluluk üstlenebilme, dinamik bir kişilik, yeniliklere açık olma, büyüme tutkusu gibi belirli niteliklere sahip olması gerekir [Müftüoğlu, 1994: 44].

Toplumda girişimci rolünü oynayan kimselerin yüklendikleri işlerin bütünü, girişimcilik fonksiyonları olarak adlandırılır. Günümüz girişimcisinin yerine getirmesi gereken fonksiyonların yanında, toplumların ekonomileriyle ilgili çözmek zorunda oldukları belli başlı sorular mevcuttur. Bu sorular [Çelik-Akgemci, 1998:18]:

- 1. Hangi mallar ne miktarda üretilecek?**
- 2. Mallar nasıl üretilecek?**
- 3. Mallar kimin için üretilecek?**

Yukarıda sunulan “ bu sorulara cevap arayan ve bu doğrultuda üretim yapan kişiler”, girişimcilerdir. Girişimci, hangi mal ve hizmetlerin nasıl üretileceğine karar verirken, kaynakların binlerce farklı mal ve hizmet arasında nasıl düzenlenmesi gerektiğini kararlaştırmak durumundadır. Bu zorunluluklar, girişimciye üç temel işlev



yüklemektedir. Bunlar; *sermaye oluşturma, iş yeri açılmasını planlama ve kararlaştırma, üretim faaliyetlerini yönetme* [Erol, 1997: 141].

Toplumda girişimci rolünü oynayan kimselerin yüklendikleri işlerin bütünü girişimcinin fonksiyonları olarak adlandırılır. Çağdaş bir girişimcinin yerine getirmesi beklenen fonksiyonlar şöyle sıralanabilir [ Çelik ve Akgeci, 1998: 18]:

-**Yeni mal ve hizmet üretmek veya bilinen mal ve hizmetlerin nitelik ve kalitelerini yükseltmek;** Bu fonksiyonu etkili biçimde yerine getirebilen girişimciler bu alandaki öncü çabaları nedeniyle büyük kazanç sağlayabilirler.

-**Yeni üretim yöntemleri geliştirme ve uygulayabilme yeteneği;** 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 kârlar sağlayabilirler.

- **Endüstride yeni organizasyonlar kurmak;** Bununla girişimcilerin belirli bazı örgütlenmelere giderek, gerek örgütsel ve gerekse çevresel yapıyı değiştirmeleri ifade edilmek istenmektedir.

- **Yeni pazarlara ulaşmak;** Girişimcinin bir diğer fonksiyonu ülke içinde ve dışında yeni pazarlar bularak mal ve hizmet satışlarını arttırmak şeklinde ifade edilir.

- **Hammaddelerin ve benzeri maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak;** Girişimciler ülke içinde veya dışında üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup denetimleri altında toplarlar. Petrol ve petrol ürünlerini, demir ve çelik madenlerini ele geçirme mücadeleleri bunların belli başlı örnekleridir.

Girişimcilerin sahip olduğu nitelikleri ve fonksiyonlarını bilmeleri, kendilerini daha iyi motive eder ve harekete geçirir. Tüm bunlar ise, dikkatli bir gözlem yapmakla mümkündür. Girişimci, iyi bir gözlemci olmalıdır. Bir sanatçı, bir bilim adamı titizliği

ile çevresine, olaylara, toplumsal durum ve teknolojik gelişmelere duyarlı olmalıdır [Müftüoğlu, 1997: 21].

### **1.5. Girişimci Bireyin Sahip Olması Gereken Temel Özellikler**

Araştırmalar, başarılı girişimcileri başkalarından ayıran bazı özelliklerin bulunduğu görüşündedirler. Daha önce de ifade edilmeye çalışıldığı gibi “girişimci, öncelikle bağımsız olmayı arzulayan, bu amaçla riskleri göze alan kişidir. Onun yeteneği sebat ve tutumu, rekabet ortamının zorluklarını yenebilmesinde önemli rol oynar. Kişilerin çalışmalarını ve başarılarını açıklamak amacıyla halk arasında, “ekmeğini taştan çıkaran kişi”, “işadamı zekası var”, “tüccar kişi”, “iş bitirici” gibi deyim ve nitelermelerin kullanılması, girişimcilerin bazı özelliklere sahip olduklarının bir göstergesi (kanıtı) niteliğindedir [Titiz, 1994: 6].

Girişimci bir ruha sahip olan kişilerin en belirgin özellikleri, başarı arzularının yüksek olmasıdır. Bu tip insanlar, rutin işlerden pek hoşlanmazlar, yeni fikirler yaratmayı tercih ederler. Uzun süreli çalışma saatlerine uyumludurlar ve emeklilikten hoşlanmazlar, devamlı çalışma ve bir şeyler üretme arzusun içindedirler. Kets de Vries’ e göre girişimciler özgüveni olan, bireylerarası ilişkilerde ihmalkar görülebilen, kendi değer yargılarına sadık kişilerdir. Bir çok girişimci, genellikle yetki devretmekten hoşlanmadığı için; yoğun iş temposu arasında, stratejik önemi bulunan işler için yeterli zaman ayırmamaktadırlar [Çelik-Akgemci, 1998: 21].

Girişimci geçmişte değil, gelecekte yaşar. işadamı aslında bütün insanların içinde var olan bir kişiliktir. Yalnızca biraz hayal gücü ilavesiyle daha da gelişebilmektedir. Girişimci kişilik, her zaman bilinmeyenle ilgilenir, geleceği kurcalar, imkanları zorlar, kaynaklar oluşturmaya çalışır, uyumsuzlukları uyarlamaya çalışır. Sabrederek ve genişlemeye çalışıp, amaçları doğrultusunda hayallerin peşinden koşan, ortam oluşturan kişi girişimcidir [Arıkan, 2002: 28].

Günümüzde girişimci olarak anılan bir çok kişide girişimci ruhu eksik bulunmaktadır. Tipik bir işletme sahibinde ancak % 10 girişimci, % 30 yönetici ve % 60 teknisyen ruhu bulunmaktadır. Bu da işletme sahipliği ruhu, teknisyenlik ruhunun altında kaldığını göstermektedir. Aslında girişimci ruhu ne kadar gelişmiş olursa, işletme o kadar güçlü ve dinamik olacaktır. İnsanlar hayalleri var oldukça yaşar. Zira bir işletmenin var olması da girişimciye bağlıdır. Hayaller girişimcinin var olma nedenidir [Arıkan, 2002: 30].

Harper, başarılı girişimcileri diğerlerinden ayıran sekiz özellik bulunduğunu ifade etmektedir. Bu özellikler [Gürol, 2000:27-31]:

1. Başarılı girişimciler, pazarda sonsuz sayıda fırsat bulunduğu ve her sorunda gizli fırsat olduğu düşüncesiyle sürekli fırsat peşinde koşan, **fırsatları kollayan kişidir**.
2. **Geleceğe yönelik kişilerdir**; neyin gerçekleştirilebileceği konusunda vizyon sahibi ve zaman, para ve fikirlerini iş alanlarına aktarma eğilimlidirler. Düşünüş şekilleri Alan Kay' in "geleceği kestirmenin en iyi yolu, onu bir buluş olarak ortaya koymaktır" felsefesine çok uygun düşer.
3. **"En iyi olmak" konusunda kararlıdırlar**; bu tür kişiler bazı şeyleri yapmanın yeni yollarını arayan veya yeni şeyler bulmaya çalışan nitelikte insanlardır. Değişen bir pazarda dün iyi giden şeylerin bugün o kadar iyi gitmeyeceği, yarın yetersiz kalacağı ve bir gün sonrada artık kullanımlarını yitireceklerinin farkındadırlar. İyi birer öğrenci ve dinleyicilerdir; bir 'iş' sürdürmenin sürekli bir öğrenme, deneyim kazanma ve değişim süreci olduğunun bilincindedirler.
4. **Pazar tarafından yönlendirilirler ve müşteri eğilimlidirler**; yaratıcılığınız olduğu ve müşteri çekerek kâr sağlayabildiğiniz sürece başarıyı yakalayabileceğiniz inancındadırlar. Onlara göre, girişimler pazarı kendi arz ettikleri mal ve hizmetlere göre yönlendirmek için çaba sarfetmek yerine, kendilerini ona uyum sağlamak için değiştirmelidirler. Sürekli olarak müşterilerinin görüşlerini alarak, girişimlerini onların gereksinimlerini karşılayacak şekilde nasıl geliştirebilecekleri noktasında fikir edinirler.

5. **Çalışanlarına değer verirler;** girişimlerin standardını çalışanlarının Standardlarının belirleyeceğini iyi bilirler. Kendisini işe adanmış personelin girişimin en büyük rekabetçi avantajlarından birisi olduğunun ve müşteri ilişkilerinin kalitesi ile doğrudan ilişkili bulunduğunun farkındadırlar. Başarılı girişimciler, bütün insanlarla, özellikle çalışanları ile dürüstlüğü temel alan bir ilişki içerisindedirler. Çalışanlarına iyi örnek olmaya çalışır ve çeşitli konularda aldığı kararlara katılmaları konusunda onları özendirirler. Bir çok küçük işletmenin başarısızlık nedenlerinden birisi de, kararların yalnızca sermaye sahibi veya yönetici tarafından alınması ve onların dışında işi yürütebilecek kişilerin deneyimsizliğidir. Kişinin bir mükemmeliyetçi olması durumunda kararları hep kendisinin alması kendisi ile birlikte çalışan kişilerin gelişimini engelleyici bir unsurdur ve girişimi olumsuz yönde etkiler.

6. **Başarılı girişimciler gerçekçidirler;** bir rüya ve somut anlamda bir girişim fırsatı arasındaki farklılığın bilincindedirler. Bir sıçrama yapmadan önce çevrelerindeki koşulları gözlemler, yaşamın sürprizlerle dolu olduğunu göz ardı etmezler. Uzun vadede başarılı olmanın koşulunun bir konuda en iyi olmak olduğunu, başarının sürdürülmesinin iyi şansa değil iyi yönetime bağlı bulunduğunu ve iş dünyasında kişilerin her zaman kurallara göre oynamadıklarını bilirler. Rakip firmaların reklam ve satış timinin, müşteri kesimi ve kamuoyunu doğru olarak bilgilendirmeyebileceklerini, çalışanlarının her zaman çalışmaya hevesli olmayabileceklerini ve bazı durumlarda da işverenin envanter ve mevcutlarından kendi hesaplarına yarar sağlayabileceklerini unutmazlar. Onlara göre, girişim dünyasında kâr elde etmenin yalnızca bir yolu bulunmaktadır; alışagelmış şekilde büyük uğraş vermek.

7. **Kötümserliğe kapılmazlar,** toleranslıdırlar; nitelikli girişimciler, girişimci olmanın o kadar da gözde büyütülecek bir şey olmadığını, yaşamın uzlaşmacı, hoşgörülü olmayı gerektirmesi yanında, rutin işler ve karşılığı alınamayacak çabalarla dolu olduğunun bilincindedirler. Bir girişimi başlatan çoğu kişinin başlangıçta bunun severek yapılacak bir iş olduğu inancını taşımalarına karşın, işin gösterilmesi gereken yoğun çabaların sevgiyi aştığını anlamaları uzun zaman almayacaktır. Bir işi başlatmanın balayı devresindeki heyecanı, kısa bir zaman sonra 60 veya 80 saatlik yorucu haftalık yoğun çalışmaya dönüşebilir. Böyle bir durumda kişinin ailesi ve

arkadaşları için daha az zaman ayırması ve umulmayan iş koşulları nedeniyle kişisel planlarını ertelemek durumunda kalmasını normal karşılamak gerekmektedir.

8. **Olumsuz koşullarla karşılaştıklarında kendilerini çabuk toparlarlar;** girişimcilikte başarının 100 metrelik bir koşu değil, bir maraton sonucu elde edilen az sayıda başarı örnekleri bu durumun bir istisnasıdır. Başarı, yalnızca parlak bir fikir yakalama veya pazarda bir boşluğu fark etme sonucu ortaya çıkmamakta, sabır ve dayanıklılığı ve bunun yanında çatışma, uzlaşma gereği ve rekabet koşullarında çözüm getirebilme yeteneğini de gerektirmektedir. Başarılı girişimciler, ellerinde gerekli bilgilerin tamamı bulunmasa bile karar alabilen, doğru olduğuna inanarak yaptıkları işlerin sonuçlarına katlanma yürekliliğini gösterebilen, dinleyen, öğrenen ve esnek olabilen kişilerdir.

Yapılan bir başka araştırma da, girişimcilerin en belirgin özellikler şu şekilde sıralanmaktadır [İş ve İşçi Bulma Kurumu, İstihdam Seminerleri 2, Ankara, 1992: 38]:

- **Sorumluluk üstlenme özelliği:** Yaptıkları işin sorumluluğunu tümüyle üstlenebilen kişilerdir.
- **Belirli ölçülerde riski göze alabilme özelliği:** Maceracı değildirler, risk hesabı yaparlar, ulaşılabilir ve akla uygun hedefler ortaya koyarlar. Geleceğe iyimser bakarlar.
- **Kendine güven duygusu:** Kararlarını başaracakları inancıyla verirler başarı için gerekli niteliklere sahip olduklarına inanırlar, bu nedendir ki, girişimciler nihai hedefe ulaşmaya kadar, bir takım başarısızlıklardan yılmazlar.
- **Süratli sonuç alma arzusu.**
- **Enerjiklik:** Ortalama insanlardan daha dinamikler.
- **Geleceğe yönelik tavır:** Fırsatları araştırırlar; ileriye dönüktürler; dün ne olduğundan çok, yarın neler olacağıyla ilgilenirler.

- **Örgütlenme becerisi:** Girişimciler, bir işi başarabilmek için doğru insanları bir araya getirebilme becerisine sahiptirler.
- **Başarı güdüsü:** Girişimciyi harekete geçiren şey, sadece para kazanmak değildir, belki de daha çok başarı güdüsüdür.
- **Çalışkanlık:** Çoğu girişimciler işkoliktirler; başka bir deyişle yaptıkları işi başarmak zorundadırlar.
- **Ödül beklentisi:** Çok çalışırlar, ciddi sorumluluk üstlenirler ve bunun sonucunda ödül beklerler. Bu ödül para değil, tanınma ve saygınlıktır.
- **Mükemmele yönelik tavır:** En iyiyi başarmaya çalışırlar, bundan gurur duyarlar.

Yukarıda ortaya koymaya çalıştığımız girişimcilik özellikleri aile içerisinde edinilebileceği gibi, toplumun sosyo-kültürel yapısına da bağlı olarak edinilebilir.

## 1.6. Girişimcilik Efsaneleri

Yıllar boyunca girişimcilik ile ilgili birçok efsane ortaya çıkmıştır. Bu mitler girişimcilik araştırmalarındaki birtakım eksikliklerin sonucudur. Bu alandaki birçok araştırmacı girişimciliğin hâla oluşum aşamasında olduğunu ve çağdaş bilimsel bulgular ile giderilmedikçe bu tip “folklorik” (halkbilim) söylemlerin sürmeye meyilli olduğuna işaret etmektedir. En dikkate değer on mit açıklamalarıyla aşağıda belirtilmiştir [Kuratko ve Hoggets, 1995:8].

**Efsane 1. Girişimciler düşünen değil eylemde bulunan kişilerdir:** Girişimcilerin harekete, çalışmaya eğilimli oldukları doğru olmakla birlikte, onlar ayrıca birer düşündürüdür. Gerçekten, onlar hareketlerini dikkatlice planlayan çok sistemli insanlardır.

Bugün eksiksiz ve anlaşılır iş planlarının hazırlanması üzerinde önemle durulan bir konudur ve bu da yapan girişimciler kadar düşünen girişimcilerin de önemli olduğuna işaret eder.

**Efsane 2. Girişimci olunmaz, girişimci doğulur:** Girişimci özelliklerin doğuştan geldiği, sonradan öğrenilemeyeceği fikri, yaygın olan bir inanıştır. Bu özellikler girişkenlik, işin yapılmasına önyak olma, gayret, risk almaya gönüllü olma, analitik güç ve insan ilişkilerindeki becerilerdir. Bugün, bununla birlikte bir disiplin olarak kabul edilen girişimcilik bu mitin zayıflamasına yardım etmektedir. Bütün disiplinler gibi girişimcilik başlığı üzerinde çalışılmaya uygun girişimcilik modelleri, süreçleri ve örnek olayları vardır.

**Efsane 3. Girişimciler her zaman yaratıcıdır:** Girişimcilerin mucit olduğu fikri yanlış anlama ya da dar görüşlülüğün bir sonucudur. Birçok yaratıcı girişimci olmasına rağmen, farklı türde yenilikçi etkinlikleri kapsayan sayısız girişimci vardır. Örneğin, Ray Kroc fast-food franchise sistemini icat etmemiştir fakat onun yenilikçi fikirleri McDonald's'ı dünyanın en büyük fast-food teşebbüsü yapmıştır. Bir çağdaş girişimcilik anlayışı icattan/yaratıcılıktan daha fazlasını kapsar. Yenilikçi davranışın bütün şekilleriyle tam olarak anlaşılması gerekir.

**Efsane 4. Girişimciler akademik ve sosyal açıdan uyumsuz kişilerdir:** Girişimcilerin akademik ve sosyal açıdan yetersiz olduğu inancı, bazı iş sahiplerinin başarılı girişimlere okul veya bir işten ayrılarak başladıklarının bilinmesi sonucu doğmuştur. Geçmişte gerçekten de eğitimsel ve sosyal organizasyonlar girişimciyi onaylamamıştır. Onu ortak devlerin dünyasında bir uyumsuz olarak ortada bırakmışlardır. Örneğin ticaret eğitiminde her şeyden önce kollektif hareket etme öğrenimi amaçlanmıştır. Bugün girişimciye sosyal, ekonomik ve akademik açıdan bir kahraman gözüyle bakılmaktadır. Girişimci artık bir uyumsuz değil, bir profesyonel olarak değerlendirilmektedir.

**Efsane 5. Girişimciler standart profile uygun olmalıdır:** Birçok kitap ve makalede başarılı girişimci özellikleri anlatılmıştır. Bu yayınlar, araştırma bulguları ve örnek olay çalışmalarına dayandırılmakla birlikte hiçbiri tek başına geçerli ve yeterli değildir. Bugün standart bir girişimci profili derlemenin zor olduğu anlaşılmıştır. Çevre, işin kendisi, ve girişimcinin karşılıklı olarak birbirini etkilemesi sonucunda farklı türlerde profiller ortaya çıkmaktadır. Amerikan üniversitelerinde başarılı girişimcilere ait çeşitli profillere daha kesin anlayış getirme yönünde yürütülen çağdaş çalışmalar gelecekte de sürdürülecektir.

**Efsane 6. Girişimci olmak için gerekli tek şey paradır:** Bir girişimin yaşaması için sermaye gerekliliği doğrudur; aynı zamanda çok sayıda ticari başarısızlıkların finansman yetersizliğinden dolayı meydana geldiği de bir gerçektir. Ama yinede parası olmak yenilgiye karşı tek başına kalkan değildir. Yeterli finansmana sahip olmamaktan dolayı ortaya çıkan başarısızlıklar, çoğu zaman diğer problemlerin de sinyalini verirler: yönetsel yetersizlik, mali anlayışın noksanlığı, verimsiz yatırımlar, sağlıksız planlar ve benzerleri. Başarılı birçok girişimci işlerini kurmada mali yetersizliklerinin üstesinden gelmişlerdir. Bu girişimciler için para, kullanılacak bir kaynak fakat asla kendi başına bir amaç değildir.

**Efsane7. Girişimci olmak için gerekli tek şey şanstır:** “Doğru zamanda doğru yerde olmak” her zaman bir avantajdır. Fakat “şans, hazırlık fırsatla karşılaşırsa ortaya çıkar” aynı derecede uygun bir özdeyiştir. Doğabilecek fırsatları yakalayan hazırlıklı girişimciler her zaman şanslı görünürler. Şansı ortaya çıkaran aslında hazırlıklı olma, kararlılık, istek, bilgi ve yenilikçiliktir.

**Efsane 8. İhmalkarlık girişimciyi rahatlatan bir durumdur:** Aşırı planlama ve değerlendirmenin sürekli problemlere götüreceği ve aşırı analizin işi felç edeceği söylencesi, detaylı planlama ve hazırlık isteyen günümüzün rekabetçi pazarlar için artık kabul edilemez hale gelmiştir. Bir işin güçlü ve zayıf yönlerini teşhis etmek, ortaya çıkan problemlerle başa çıkabilmek için zaman çizelgeleri hazırlamak ve bu problemleri özenle geliştirilen stratejilerle minimize etmek, başarılı girişimciliğin anahtar etmenleridir.



**Efsane 9. Girişimciler başarıyı kovalarlar fakat başarısızlığa uğrama oranları çok fazladır:** Birçok girişimcinin başarılı olmadan önce bir sürü başarısızlığa uğradıkları doğrudur. Onlar şu atasözünüm peşine düşerler “İlkinde başarıya ulaşmazsan, dene, dene ve tekrar dene.” Gerçektende hatalar öğrenmek isteyenlere birçok ders verebilir ve gelecekte başarıya götürür. Koridor ilkesi (corridor principle), başlatılan her yeni girişimin, yeni ve öngörülmeleyen fırsatlar yaratacağını ifade eder. Örneğin 3M-şirketi “Post-it” not kağıtlarını, kullanıma yeterince dayanıklı olmayan bir tutkal ile keşfetmiştir. Şirket tutkalı atmamak yerine başka bir kullanım alanı bulmaya odaklanmış ve multimilyon dolarlık bir ürün geliştirmiştir [Kuratko ve Hoggets, 1995:10].

**Efsane 10. Girişimciler aşırı risk üstlenen kumarbazlardır:** Sonraki konularda da görüleceği gibi risk kavramı girişimcilik sürecindeki ana unsurlardan biridir. Bununla birlikte kamuca algılanan girişimcilerin üstlendiği risk miktarı, gerçek anlamından saptırılmıştır. Girişimci çılgınca şansına kumar oynuyor gibi görünse de, gerçekte girişimci çoğunlukla orta derecede ve hesaplanabilir riskler ile çalışmaktadır. En başarılı girişimciler planlama ve hazırlık yoluyla sıkı çalışarak risklerini minimize ederler ve böylelikle vizyonlarının yazgısını daha iyi yönetebilme şansı bulurlar.

### 1.7. Girişimcilik Çeşitleri

Girişimcilik kavramı, ekonomik yapılarda meydana gelen değişiklikler çerçevesinde farklı anlam ve işlevler yüklendiği gözlenmektedir. Ekonomi hayatında farklı alanlarında faaliyet gösteren girişimciler, farklı girişimci tiplerinin ortaya çıkmasına ortam hazırlamıştır.

Girişimcilik çeşitleri başlıca iki gruba ayrılmakta olup, bunlar; fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimciliğdir [Tekin, 1999:2].

**Fırsat Girişimciliği** : Mevcut ve potansiyel pazardaki değişimin getirdiği fırsatları görerek veya potansiyel fırsatları sezinleyerek mevcut veya hedef pazara mal satmak amacıyla yapılan girişimciliktir. Fırsat girişimciliği, pazarda meydana gelen genişleme veya kriz ile birlikte pazara yeterince mal sunulamaması veya pazarın isteğine uygun fiyat ve kalitede mal sunulamaması nedeniyle ortaya çıkan fırsatları değerlendirmeyi öngörmektedir. Fırsat girişimciliğinden gerektiği şekilde yararlanabilmek için girişimcinin pazardaki fırsatları değerlendirebilecek ve kâr edebilecek bir bilgi birikimi ve yeteneğe sahip olması gerekir.

**Yaratıcı girişimcilik** : Yeni bir fikir ve buluşu ya da mevcut bir mal veya hizmeti dizayn ederek ve fiyat, kalite gibi özellikleri iyileştirerek kâr edebilecek şekilde pazara sunulmasıdır.

Girişimciler yapılan işin niteliğine göre de sınıflandırılır. Bu kategori içinde de girişimciler ikiye ayrılmaktadır. Birincisi, mevcut kaynakları kullanarak işlerini yürüten, ***tam kapasite olanakları yaratan girişimciler***dir. İkincisi ise, ***yaratıcı girişimci*** olağan ve olağan dışı durumlarda, işgücü ve sermaye kaynağını verimli kullanarak detayları düşünen, planlayan, yürüten ve sonuç alan kişidir [Arıkan, 2002: 51].

Günümüzde küresel işletmecilik olgusuyla birlikte girişimciliğinde sürekli bir değişim içinde yeni bir anlam ve önem kazandığı görülmektedir. Bu bağlamda girişimcilik kavramının boyutlarının hızla değiştiği ve girişimcilikte coğrafi sınırların anlam ve önemini kaybettiği görülmektedir. Küresel işletmecilikle birlikte girişimciliğinde küresel boyutta yapıldığı görülmektedir. Bu durumda işletme sermayesi ve mal varlığı önemli olup, buna göre girişimcilik üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar [Tekin, 1999: 2-3]; ***a) yerel girişimcilik b) bölgesel girişimcilik c) Uluslar arası girişimcilik***

**Yerel Girişimcilik**, henüz yeni bir işe başlayan ve girişimciliğin başlangıcından olan girişimcilik türüdür. Bu girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi sınırlıdır.

**Bölgesel girişimcilik**, girişimciliğin yerel girişimciliğe göre daha ileri aşamasıdır. Bu tür girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi daha fazladır.

**Uluslararası girişimcilik**, girişimciliğin en son aşaması olan türüdür. Bu tür girişimcilikte bir veya daha fazla girişimci bir araya gelerek küresel girişimcilik yapmaktadır. İşletme sermayesi, çalışan sayısı ve iş hacmi çok büyüktür.

Girişimcilik sermayenin sahipliğini göre, üç gruba ayrılır. Bunlar; *a) Özel girişimcilik* *b) Kamu girişimciliği* *c) Karma girişimcilik*. Özel girişimcilik sermayenin tamamı şahıslara ait girişimcilerdir. Karma girişimciler ise sermayenin bir kısmı özel şahıslara bir kısmı kamuya ait olan girişimcilerdir [Tekin, 1999: 3]. Gelişen ekonomilerde, kamu girişimciliği gittikçe kısıtlanır bir görünüm almaktadır.

Girişimciler piyasa gelişme ve değişime önderlik etme veya izleme durumuna göre de ayrıma tabi tutulmaktadır. Bunlar; *a) Yenilikçi(dinamik) girişimciler* *b) Takipçi girişimciler*.

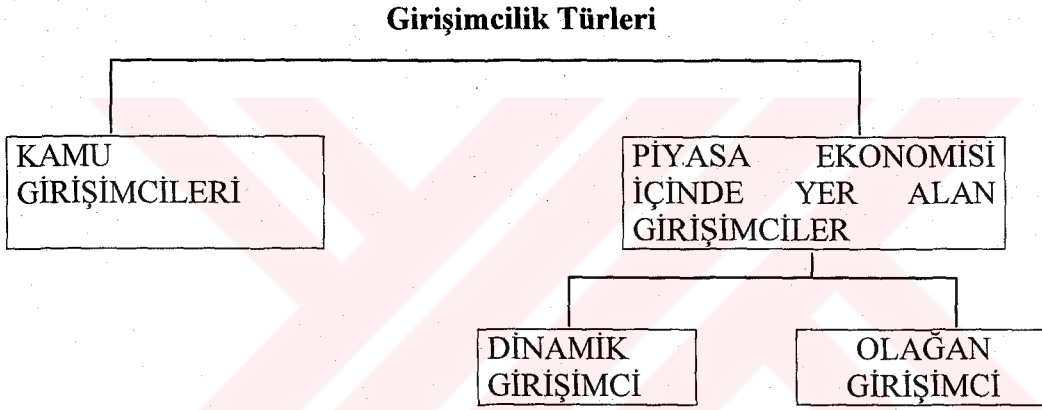
Yenilikçi girişimciler piyasadaki değişimi izleyen yeni fikir ve yeni Pazar arayışında olan yeni mal ve hizmet tasarlayan girişimcilerdir. Yenilikçi girişimciler, mevcut mal ve hizmetlerle yetinmeyip sürekli farklı ve farklılaştırılmış mal ve hizmetleri piyasaya sunmak üzere girişim faaliyetinde bulunurlar. Takipçi girişimciler ise, piyasadaki gelişmeleri izlemekle yetinen bu gelişmelere göre davranan, yenilik yapan girişimcilerin yolunda giden girişimcilerdir [a.g.e., s. 3-4].

Klasik iktisatta üretim faktörleri, emek, sermaye ve doğal kaynaklar olarak sıralanır. Girişimciliğin temel özelliği olan fikri yetenek ve vizyon da dördüncü üretim faktörü olarak kabul edilir. Schumpeter tarafından tanımlanan bu girişimci tipi dinamik girişimci tipi olarak literatüre geçmiştir [Müftüoğlu, 1994:73].

Bir girişimcinin bitip tükenmek bilmeyen tutkusu, daima başkalarının göremediği fırsatları araştırmak iken, bir yöneticinin amacı yöneteceği işin gereklerini, yerine getirmektir. Bu yönetici riskleri en aza indirmeye çalışırken, girişimci bu konuda çok daha atılgandır. Yine, işadamı yada patronun amacı esas olarak sahip olduğu varlığı idame ve geliştirmek iken, girişimci tüm varlığını riske edebilir. Ancak bu çeşitli niteliklere rağmen girişimcilik, patronluk ve yöneticilikle bazen birleşebilir.

Ülkemizdeki girişimciliğin son yıllarda daha bilinçli ve profesyonel yapıldığı görülmektedir. Önceleri daha çok bireysel girişim niteliğinde organize olamamış, profesyonel olmayan ve halka açılmayan, uzun dönemli planlama yapamayan işletmelerin varlığı söz konusu iken son yıllarda piyasa araştırması yapan, halka açık, serbest piyasa ekonomisi kurallarına uygun davranan profesyonel çalışan girişimcilerin yaygınlaşması olumlu bir gelişmedir. Bu durum, Şekil 1' deki gibi gösterilebilir [Çelik-Akgemci, 1998: 24].

**Şekil 1: Girişimcilik Türleri**



**Kaynak:** Tüsiad, 1987, s.2

Schumpeter, girişimcilikte dinamizm boyutunun, ekonomik kalkınma açısından çok büyük önemi olduğunu vurgulamıştır. Girişimci dinamizminin doğal sonucu olarak girişimci, sadece ürünler ve süreçler üzerindeki yeniliklerle yetinmemekte, aynı zamanda yeni pazarlar, yeni örgütlenme biçimleri, yeni hammadde kaynakları aramaktadır. Bu tür girişimciler olanla yetinmeyip, devamlı yenilik meydana getiren, yeni sistemler ortaya koyarak yeni uygulamalar getiren kişilerdir. Schumpeter' e göre, dinamik girişimciler, yeni pazarlar, yeni tedarik ve finans kaynakları kullanarak, yeni üretim teknikleri ve organizasyon şekilleri geliştirerek ekonomik gelişmenin öncülüğünü üstlenirler [Çetin,1996: 29].

Girişimci kavramının diğer bir türü olan olağan girişimcilik ise, dinamik girişimciliğin tersine, yeni bir şeyler ortaya koymak yerine olanla yetinen ve dinamik girişimcinin açtığı yolda ilerlemeyi tercih eden girişimcilerdir. Bu tür girişimciler, yeni fikirler ortaya koyup ekonomiyi geliştirmek yerine dinamik girişimcilerin faaliyetleri sonucunda gelişen ekonomiyi geliştirmek yerine dinamik girişimcilerin faaliyetleri sonucunda gelişen ekonomiye sadece bir boyut kazandırabilirler.

Sanayileşme devrimi ile birlikte doğan girişimcilik üç aşama geçirmiştir. Bunlar [Müftüoğlu, 1997: 73]:

#### **1.7.1. Kişisel (Bireysel) Girişimcilik**

Sanayileşme sürecinin başlangıcında görülen bu girişimcilik tipinde karar yetkisi tek kişinin elindedir. Bu kişi işletmenin hem sahibi, hem de yöneticisi durumundadır. İşletme içi uzlaşma ve işbölümü henüz gelişmemiştir.

#### **1.7.2. Yatırımcı Girişimcilik**

Sanayileşmenin gelişmesi ile birlikte içinde işbölümü ve uzlaşma artmıştır. Finansman, üretim, pazarlama, araştırma vs. gibi yeni görevler doğmuştur. Bu durumda girişimci söz konusu ait dallara ilişkin görev ve yetkilerinin büyük bir kısmı daha alt düzeydeki yöneticilere bırakırken, kendisi uzun dönemli stratejik kararların özellikle yatırım kararlarının alınması görevini üstlenmiştir. Yatırımcı girişimcilikte sermaye sahibinin egemenliği ve yönetiminde son sözü söyleme hakkı sürmektedir. İşletmeyi yine tek başına kontrol etmektedir. Ancak günlük işlerin yürütülmesini, alttaki yöneticileri bırakmıştır.

### 1.7.3. Yönetici (Manager) Tipi Girişimcilik

Yatırıma dayalı girişimcilik tipinde, deneyime dayalı yöneticilik bilgisi yeterli olurken, zamanla işletme yönetim ve sorunlarının bilimin konusu olmasıyla, eğitilmiş yöneticiler yetişmeye başlamıştır. Böylece girişimcilik bilgisi olmayan sermayedar, uzman bilgiye ihtiyaç duyulan işletmede, manāger tipi yöneticilere yerini bırakmak zorunda kalmıştır.

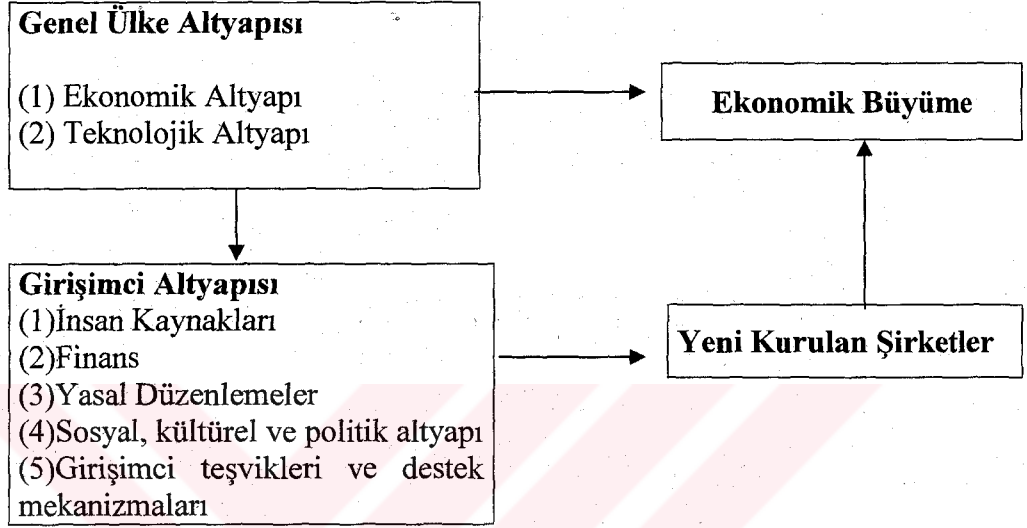
Girişimciliği farklı şekilde sınıflandıran birçok kaynak bulunmaktadır. Başka bir sınıflandırma da ise, *a) Bireysel yeteneklerine göre girişimci tipleri, b) Toplumsal statüleri açısından girişimci tipleri ve c) Sosyal matriklere göre girişimci tipleri* olarak üç gruba ayıran kaynaklarda mevcuttur [Erol, 1997: 142].

### 1.8. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimciliğe yol açan ya da engelleyen faktörlerin bulunması ve ölçülmesi zordur. Bu konuda en ciddi çalışmalar OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü ve GEM (Global Entrepreneurship Monitor)- Dünya Girişimcilik Raporu tarafından yapılmaktadır. OECD ülkelerinde, girişimciliğe yönelik oluşturulan programların oldukça sık referans aldıkları OECD (1998 ve 2001) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar, girişimciliğin temelini üç ana faktörde görür: Altyapı koşulları, devlet programları, kültürel davranış ve tutumlar. Girişimcilik konusunda çalışan bir diğer uluslararası kuruluş da Babson College ve London Business School tarafından oluşturulan Dünya girişimcilik Platformu' dur. Bu platform 1997 yılından beri birçok ülkede girişimcilik endeksini hazırlar. 2001 yılında bu endekse katılan ülke sayısı 29' dur. Bu ülkelerde toplam 74.000 yetişkin arasında yapılan anket ve 950 uzmanla yüzyüze görüşmelere dayanır. Bu çalışmaya göre, girişimciliği belirleyen etmenler ülke altyapısında incelenen konular şunlardır: ekonominin dışa açıklığı, devletin rolü, finans sektörünün etkinliği, teknoloji yoğunluğu, fiziksel altyapı, yönetim becerileri, esnek işgücü pazarı, yasal kurumlar, ekonomik büyüme, sosyal, politik ve kültürel ortam. Girişimcilik altyapısını oluşturan faktörler ise şöyle sıralanmıştır: finans, devlet politikaları, devlet programları, eğitim,

Ar-Ge transferi, ticari altyapı, iç pazarın dışa açık olması, fiziksel altyapı ve kültürel normlar. Elde edilen bu bulgular aşağıdaki şekil yardımıyla incelenecek olursa [Çetindamar, 2003: 47-48

## Şekil 2: Girişimciliği Etkileyen Faktörler



Kaynak: Tüsiad, Türkiye’de Girişimcilik, Ankara 2003, s. 48.

### 1.8.1. Genel Ülke Altyapısı

#### 1.8.1.a. Ekonomik Altyapı

İstikrarlı ekonomik ortam ve gelişkin bir rekabet ortamı girişimciliği destekler. Ekonomi ortamının ölçülmesi için temel ekonomik performans göstergelerini kullanmak mümkündür. Bu göstergelerden bazıları; gayri safi milli hasıla, ekonomik büyüme, ihracat-ithalat oranları (dışı dünyaya açıklık), istihdam, kamu üretiminin toplam üretim içindeki oranı, firma büyüklükleri, sektörel yapı, rekabet gücü, kamu açıkları, enflasyon, faizler, vergi gelirleri ve gelir dağılımı.

### **1.8.1.b. Teknolojik Yapı**

20. yüzyıla damgasını vuran ve günümüzde da hala güncel olan girişimciliğe yol açan yeniliklerin, özellikle de teknolojik yeniliklerin ülke içinde ne ölçüde mevcut olduğu, girişimciliğin ne ölçüde gelişme potansiyeli taşıyacağıının da işareti olmaktadır.

Yalnız burada teknoloji üretimi kadar, kullanımına ait veriler de incelenmelidir. Sadece teknoloji arzı(Ar-Ge harcamaları, Ar-Ge çalışan sayısı, patent sayısı ve yayın sayısı) değil, aynı zamanda teknoloji talebini de(internet kullanımı, bilgisayar sahipliği verileri) incelemek gerekir.

### **1.8.2. Girişimci Altyapısı**

Ülke altyapısı genel olarak girişimcinin bulunduğu ortama dair bilgileri içerirken girişimcilik altyapısı oluşturan faktörler bizzat girişimciyi ve girişimi direkt olarak etkileyebilecek olan etmenlerdir.

#### **1.8.2.a. İnsan Kaynakları**

Girişimciliğin temel taşı girişimciler, yani insan gücüdür. Bir ülkede yaşayan halkın demografik yapısı, bir diğer deyişle nüfusunun yapısal özellikleri o ülkenin girişimci potansiyeli hakkında bilgi verir. Örneğin, 29 ülkede yapılan GEM(2001) çalışması, yeni kurulan şirketlerin sahiplerinin çoğunun erkeklerden oluştuğunu, girişimci oranının en yüksek olduğu yaş grubunun 25-34 grubu olduğunu gösterir. Her ne kadar çalışma ortalaması, erkeklerin, kadınların 2 katı daha fazla girişimci olduğunu gösterse de tekil ülkelere bakıldığında ülkeler arasında büyük farklılıklar olduğu da gözlenmiştir. Örneğin Brezilya ve İspanya' da erkekler kadınlardan 2 katı daha fazla girişimcidir ama bu oran Fransa' da 12' dir.



Demografik yapının yanında istihdam yapısı, eğitim düzeyi, istihdamın sektörel dağılımı, işsizlik oranı, kadın ve erkek istihdam oranları vb. girişimciliği etkileyen faktörlerdendir.

### **1.8.2.b. Finans**

Güçlü sermaye yapılarının varlığı girişimciliği teşvik eder. GEM (2001) çalışmasının gösterdiği gibi, finansal destek girişimci faaliyet düzeyi ile doğru orantılıdır. ABD' nde risk sermayesi yatırımları toplam gayri safi hasılanın (GSMH) 52'ini oluştururken Japonya' da bu oran %0,02'dir. Girişimciler finansmanlarını çok çeşitli kaynaklardan edinirler. Bu kaynaklar; aile bireyleri ve tanıdıklar, banka, devlet, sermaye piyasaları, varlıklı bireyler ve iş ilişkisinde beraber çalışılan firmalar [Çetindamar, 2003].

Bu geleneksel finansman kaynakları, Batıda, özellikle ABD' de yaygın olarak risk sermaye şirketlerinden de finansman sağlanır. Birçok çalışma ABD' nde yüksek teknolojilerin ve girişimciliğin hızlı yayılmasının nedeni olarak yenilik finansmanı sağlayan risk sermaye şirketlerini göstermektedir.

### **1.8.2.c. Yasal Düzenlemeler**

Yenilikler yapan girişimciler, özellikle de teknolojik yenilikleri olan girişimciler uzun yıllar ve kaynaklar harcadıkları fikirlerini, buluşlarını fikri mülkiyet hakları ile korumak isterler. Aksi takdirde buluşu kopyalayan, taklidini yapan firmalar buluşun maliyetlerine katlanmadıkları için daha kârlı olacaklardır.

Şirket kurmanın ve kapatmanın kolaylaştırılması, vergi sisteminde risk alan girişimciye düşük vergi oranları veya vergi muafiyeti uygulaması, kurum ve kişisel gelir vergisi oranlarının düşük olması, esnek işgücü piyasalarının oluşması, ücret-dışı işçi maliyetlerinin düşük olması girişimciliği arttıracaktır [OECD, 1998].

#### **1.8.2.d. Sosyal, Kültürel ve Politik Altyapı**

Girişimci özelliklerinin toplumda genel kabul görmesi, girişimci değerlerin ve davranışların onaylanması, hatta teşvik edilmesi sayesinde girişimcilik kolayca yaygınlaşabilir. Girişimcilik ve yenilik açısından en başarılı örnek olarak gösterilen ABD’ de toplumun girişimcileri desteklediği ve teşvik ettiği bir toplumsal yapı olduğu, bunun için yeniliklerin temelini oluşturduğu söylenmektedir [Shane, 1998]. Kişilerin aldıkları eğitim, kendi gelişmeleri için örnek aldıkları kişiler, kişisel değerleri ve motivasyonu, toplumun girişimcilere bakış açısı vb. sebepler girişimciliği etkilemektedir.

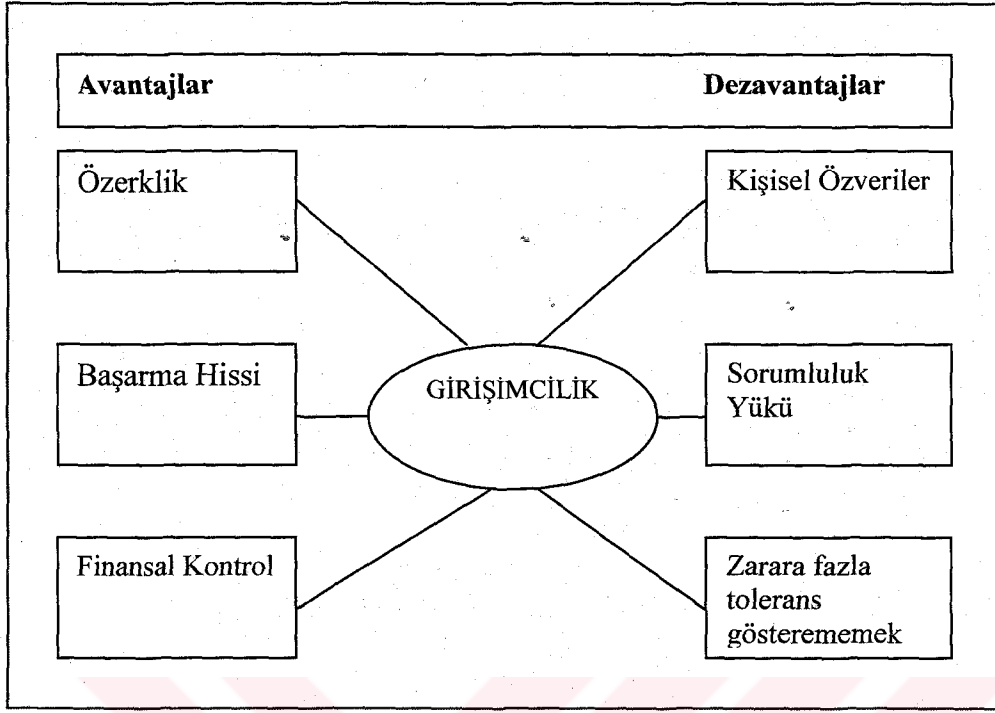
#### **1.8.2.e. Girişimcilik Teşvikleri ve Destek Mekanizmaları**

Ülkeler arasında demografik ve kültürel yapı gibi mevcut farklılıkların yanında ulusal veya bölgesel düzeylerde uygulanan girişimci teşvikleri ile yaratılan programlar sayesinde oluşan farklılıklar da gözlenmektedir [GEM,2001; OECD, 1998]. Ülkede bulunan girişimci sayısını arttırmak ve şirket kuruluşlarında girişimcilere destek olmak üzere hem devlet düzeyinde, hem de bölge yönetimleri düzeyinde uygulanan birçok kamu ve/veya özel sektör destekli program vardır. Bu programları aktif olarak uygulayan ülkelerin girişimcilik altyapılarını güçlendirerek atılım yaptıkları ve girişim faaliyetlerini arttırdıkları görülmektedir.

#### **1.9. Girişimciliğin Avantaj Ve Dezavantajları**

Kişinin kendi işini kurmasının yada yönetmesinin çeşitli avantaj ve dezavantajları vardır ve girişimci işe başlamadan önce bu avantaj ve dezavantajların farkında olmalıdır. Lambing ve Kuehl’e göre girişimciliğin avantaj ve dezavantajları aşağıdaki şekil ile açıklanabilir [Arıkan, 2002:46]:

Şekil 3 : Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları



Kaynak: Peggy A. Laming ve Charles Kuehl, Entrepreneurship, 1997, s.16-18.

### 1.9.1. Girişimciliğin Avantajları

**-Özerklik:** Bağımsızlık ihtiyacı ve karar verme özgürlüğü girişimlerin temel öğelerindedir. Kişinin kendi kendisinin patronu olması pek çok girişimci için tatmin edici bir duygudur.

**-Başarma Hissi:** Girişimcilerin pek çoğu için yeni bir başlangıç oldukça anlamlıdır. Bir şey oluşturma fikrini karlılığa dönüştürmek başarı hissi verir ve girişimciler fikrin başarıya dönüşmesinin tek sorumlusunun kendileri olduğunu bilincindedir.

**-Finansal Kontrol:** Girişimcilerin finansal anlamda bağımsızlıklarının olması, genelde çok varlıklı oldukları hissini doğursa da, girişimcilerin çoğu aslında büyük bir servetin peşinde koşmazlar. Onların asıl isteği, finansal kararlar üzerinde kontrol sahibi olmaktır.

## 1.9.2. Girişimciliğin Dezavantajları

**-Kişisel Özveriler:** Özellikle işletmenin ilk kurulduğu yıllarda girişimci, haftada 6 hatta 7 gün boyunca yüksek bir tempoda çalışır. Uzun süren bu çalışma saatleri nedeniyle girişimciler, aileleri, kişisel uğraşları ve hobileri için fazla zaman bulamaz hale gelirler. Bu anlamda, yeni kurulan işletme, girişimcinin özel yaşamından kişisel özverilerde bulunmasına neden olur. Bunun sonucunda aile ilişkilerinde gerilimler ve yüksek düzeyde stres ortaya çıkar. Bu nedenle işletme kurulurken girişimci işletmesini kurmak için ne ölçüde fedakarlıkta bulunmaya kararlı olduğunu kendisine sormalıdır.

**-Sorumluluk Yükü:** Şirket çalışanlarının aksine girişimcinin sorumlulukları vardır. Şirketlerde iş görenler kendileri ile aynı pozisyonda olan ve aynı işi yapan kişilerle birlikte çalışırlar. Öğle yemeğinde yada işten sonra kendi aralarında bazı bilgiler paylaşırlar ve arkadaşlık duygusuna sahiptirler. Girişimciler ise “tepedeki yalnız” kişilerdir. Şirkette girişimciden başka birikimlerini harcayan, evi şirketin borçlarına teminat olarak gösterilen ve aybaşında ödenecek paraları bulmak zorunda olan başka birisi yoktur. Bunun yanı sıra, şirket çalışanları pazarlama, finansman yada personel gibi spesifik bir alanda uzmanlaşırken girişimciler, tüm fonksiyonları yönetmek zorundadır.

**-Zarara fazla tolerans göstermemek:** Büyük şirketlerin bazı kararları, kar elde etmeyi olumsuz yönde etkiler. Örneğin fazla kabul görmeyen ürünler üretir ya da kar marjı çok düşük olacak yerleşim alanlarında işyeri açarlar. Bununla birlikte küçük işletmelerde finansal kaynağa sahip tek kişi girişimci olduğundan, her an finansal sorunlarla karşı karşıya kalabilirler. Uzun yıllar başarılı bir biçimde yaşayan işletmeler, yanlış bir karar ya da yönetimdeki bir zafiyet nedeni ile kapanmak zorunda kalabilir.

## 1.10. Tarihi Gelişim Süreci İçinde Girişimcilik

### 1.10.1. Dünyada Girişimcilik

Sanayileşme süreci ile girişimci birey tipi, bambaşka nitelikler kazanmaya başlamıştır. Girişimci bireyin niteliğindeki bu değişim, aynı zamanda girişimcinin ekonomik değerini ve dolayısıyla toplumdaki önemini de arttırmıştır. Bu gelişmenin doğal sonucu olarak girişimcilik, bir üretim faktörü olarak görülmeye başlanmıştır. Ayrıca 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren şirket sahipliği ile yönetimin birbirinden ayrılması, girişimci pozisyonunun yeniden değerlendirilmesi ve ekonomik hayatta daha büyük bir önemle yer almasına neden olmuştur [Çelik-Akgemci, 1998:25-26].

Girişimci ve girişimcilik 1930' lu yıllarda yaşanan büyük ekonomik bunalım ve II. Dünya Savaşı uygulamalarından önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu dönemde, şirketlerin büyümesi yavaşlarken, insanlara yönelik sosyal güvenceyi ön plana çıkaran devletçi uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bir başka ifadeyle bu dönemde sosyo-politik ağırlıklı ekonomik politikalar uygulanmaya başlamıştır. Özellikle savaş yılları ve sonrası, kaynakların etkin kullanımında kamu ekonomisi, toplumun ana lokomotifine haline gelmiştir. Bu tablo, girişimciliği oldukça etkilemiştir. Kamunun ekonomide artan payı ve buna paralel olarak artan devlet harcamaları, devlet yapısında ve eş zamanlı olarak şirket yapısında merkeziyetçiliğe yol açmıştır. Bu dönemde "devlet ne kadar fazla ise, toplum yaşamı daha iyidir" görüşü egemendir [Müftüoğlu, 1997: 8].

1960' lı yıllara kadar etkisini önemli ölçüde hissettiren refah devleti uygulaması, merkeziyetçiliği, şirket yapısı olarak ölçek ekonomisini ve büyük işletmeyi ön plana çıkarmıştır. Ancak, 1970' li yıllarda birinci ve ikinci petrol şoku sonrası, Keynesçi politikaların uygulanmasıyla çözüm arayışlarına gidilmiştir. Sistem üretimde giderek artan zorluklarla birlikte işlevini yitirmiştir. Bu dönemde buna paralel olarak bilimde genetik buluşlar, enformatik devrim, bilişim teknolojisi yeniden yapılanmayı olanaklı kılmıştır. Dünya ekonomisinde görülen bu yenilikler, toplumsal yapıyı olduğu gibi işletme yapısında değiştirmiştir. Katılımca demokrasi anlayışı, organizasyon yapısı

içinde de birtakım değişikliklerin oluşmasına yol açmıştır. J. Naisbitt 1982' de yayımlanan Megatrends adlı eserinde tüm bu değişimleri 10 temel noktada toplamıştır [a.g.e, s:8]:

1. Sanayi toplumu	.....	Bilgi (enformasyon) toplumu
2. Geleneksel teknoloji	.....	İleri teknoloji
3. Ulusal Ekonomi	.....	Dünya ekonomisi
4. Kısa dönem	.....	Uzun dönem
5. Merkeziyetçilik	.....	Adem-i Merkeziyetçilik
6. Kurumsal yardım	.....	Kendi kendine yardım
7. Temsili demokrasi	.....	Katılımcı demokrasi
8. Hiyerarşik zincir	.....	Ağ sistemi
9. Kuzey	.....	Güney
10. Şu/Bu çözümü	.....	Çoklu çözüm

Girişim ve girişimcilik konjoktürdeki değişimlere bağlı olarak farklı aşamalardan geçmiştir. Girişimcilik alanında yaşanan bu değişimi tesbit etmeye çalışanlardan biri de, P. Drucker olmuştur. Drucker, girişim ve girişimciliği üç farklı döneme ayırmıştır. I. Dönem (1985-1905) de ilk kez yönetici ve yönetim kavramları ortaya çıkmıştır. 2. Dönem (1920-1950) de karar almada merkeziyetçi olmayan yapıların önem kazandığı, personel yönetiminin önemsenmeye başladığı, komuta ve kontrol temeline dayanan kuruluşlar ortaya çıkmıştır. 3. Dönem (1990' lı yıllar) de ise, işletmeler iletişimin ve bilgi paylaşımının arttığı, hedef ve amaçların açık olarak ifade edilerek takım çalışmalarının yapıldığı bir yapı göstermeye başlamıştır [Mortan, 1991: 6]. İşletme yapılarında meydana gelen bu değişikliklere de diğer kavramlar gibi girişimcilik de ayak uydurmuş, ve kendi bünyesinde değişime uğramıştır.

Ekonomik süreçlerde meydana gelen bu değişikliklerle ilgili diğer bir sınıflamayı Alvin Toffler yapmıştır. Toffler' e göre insanlık üç temel evreden geçmiştir. İlk olarak tarımsal devrim yaşanmış, bunu fabrika toplumuna geçişi sağlayan sanayi devrimi izlemiş ve son olarak da şu an içinde bulunduğumuz teknoloji, enformasyon ve ekonomi

de yeni yapılanma üzerine kurulmuş olan süper sanayi devrimi gelmiştir [Müftüoğlu, 1997: 6]:

Bilgi toplumuna geçişle birlikte bireye ve bireysel yeteneğe dayalı girişimcilik hızlı bir gelişme süreci içine girmiştir. 21. Yüzyılın girişimci tipi, bilişim devriminin ürünü olan bilişimci girişimci olacaktır. Bu tip girişimcilikte kullanılan bilgi, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin yoğun bir şekilde kullanımı ile elde edilecek ve değerlendirilecektir. Bir başka deyişle, bilişim sürecinden geçerek elde edilmiş bilgi ön plana çıkacaktır [Çelik ve Akgemci, 1998: 26].

### **1.10.2. Türkiye' de girişimcilik**

Türkiye'de girişimciliğin tarihsel gelişimine bakacak olursak, bunu Cumhuriyet öncesi dönem, Cumhuriyetin ilk yılları, 1950-1980 dönemi ve 1980 sonrası dönem olarak dört ayrı bölümde ele alabiliriz [Çelik ve Akgemci, 1998:26].

Cumhuriyet öncesi dönem kapsamında, Osmanlı İmparatorluğu ve daha da geriye gidilirse Selçuklu Devleti, Türk Girişimciliğinin başlangıç noktası olarak görülebilir. O dönemlerde ekonomik ve sosyal çevrelerde önemli bir yeri olan Ahilik Teşkilatı'na dayalı Türk girişimciliği, Sanayi Devrimi ve sonrasında hızla artan kitle üretim araçlarına ve ekonomik değişimlere ayak uydurmakta zorluk çekmiştir [a.g.e, s:26].

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, ekonomik girişimciler; özellikle Sanayi Devriminden sonra batıyla iyi ilişkiler kuran Yahudi, Rum, İtalyan asıllı yabancı azınlıklardı. Bunlar bankerler, ithalatçılar ve genellikle tüccarlardı [Arıkan, 2002:13]. Bu durum Türk asıllı girişimci ve sanayicilerin sayılarının oldukça az olmasına neden olmuş, İttihat ve Terakki döneminde Türk ve Müslüman girişimcileri destekleme ve teşvik etme politikası izlenmiştir [Çelik ve Akgemci, 1998:26]. Osmanlı imparatorluğu'nda, yaşanan olumsuzlukların giderilmesine yönelik olarak, son dönemde sanayileşme, kalkınma ve çabalarının olduğu görülmektedir. Osmanlı' da ilk

sanayileşme hareketleri, 1950 yılında ilk anonim şirketin kurulması ile başlamıştır [Buğra, 1995: 69].

Cumhuriyet döneminde ise; bu dönemin kurucuları, ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak amacıyla ulusal girişimciler grubu yaratma çabasına girmişlerdir. Cumhuriyet döneminde, girişimcilerin gelişim sürecini 1923-1950, 1950-1980 ve 1980 sonrası dönem olarak ayırabiliriz. Bu ayrımların altında yatan ana neden, 1923-1950 arası dönemin siyasal sürecine bürokrasinin egemen olduğu, iktisadi faaliyetlerin, devlet eliyle yürütüldüğü bir dönem olması; 1950-1980 arası dönemin, Türk girişimciliğinde çok önemli adımların atılmış olması; 1980' li yıllar sonrası ise, Türk ekonomisinin serbest piyasa ekonomisine kaydığı, Türk girişimcisinin siyasal ve bürokratik süreçte rolünün arttığı, adeta kabuğunu kırarak dış dünyaya açıldığı ve kendisine yer bulma arayışlarının gözlemlendiği bir dönem noktası sayılabilecek yıllar olmuştur.

Cumhuriyet Döneminin ilk yıllarında, ülkeyi ekonomik açıdan olumsuz etkileyen problemlerden birisi de yeterli sayı ve nitelikte girişimcinin olmamasıdır. Bundan dolayı söz konusu problemleri azaltmak için girişimci sayısını artırma ve mevcut girişimcilere maksimum nitelik kazandırılmaya çalışılmıştır.

1950-1980 Dönemlerinde girişimciliği destekleme ve mülkiyeti tabana yayma konusunda alt yapı oluşturulmaya çalışılmıştır. 1950-1970 yılları arasındaki dönemin ilk on yıllık bölümünde ekonomide liberalleşme arayışları ortaya çıkmış, özel sektör lehine bir eğilim dikkat çekmiş, tarıma ve altyapı çalışmalarına ağırlık verilmiştir. 1960'lar planlı ekonomiye geçiş yıllarıdır. 1963 sonrası dönemde serbest piyasa modeli ve serbest fiyat mekanizması çerçevesinde, planlanan hedeflere yönlendirmede pek fazla başarı sağlanamasa da özel sektör yatırımlarında artış görülmüştür. 1970-1980 yılları arasında Türk ekonomisi de diğer dünya ekonomileri gibi petrol krizini yaşamış, döviz ve enerji darboğazı 1980'lere kadar girişimci faaliyetleri kısıtlamıştır. Bu kriz döneminde tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de KOBİ'lerin kriz dönemlerinde ekonomik faaliyetlerini sürdürebilme ve çevreye uyum sağlayabilme esneklikleri, ülke ekonomisi için olan önemlerini ortaya çıkarmıştır [Müftüoğlu, 1997: 13; Çelik-Akgemci, 1998:27].



1960-1970 yılları arasında, özel girişimciliğin gelişme gösterdiği söylenebilir. Ticaret ve tarımdan endüstriye geçiş hız kazanmıştır. 1970'li yıllardaki Türk girişimcilerin genel nitelikleri aşağıda belirtilmiştir [Çelik ve Akgemci, 1998:27];

- Girişimciler, kısmen yüksek öğrenim görmüş kişilerdi.
- Geleneksel tüccar zihniyetini aşma çabasındaydılar.
- Üretme hırsları temeldi ve yatırımın diğer boyutları olan verimlilik, yönetim felsefesi, kalite ve uygun fiyat ilkelerine önem vermemekteydiler.

1980 ve sonrasında 1990'lı yıllarda, yurdumuzdaki bu tür çalışmalarda oldukça iyimser gelişmeler kaydedilmiştir. Bu gelişmede 24 Ocak 1980 kararlarıyla yürürlüğe konan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği önemli bir yer tutmaktadır. İthal ikamesine yönelik kalkınma stratejisi terk edilerek serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçilmiştir. Bu strateji değişikliğine paralel olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en önemli aktörleri olan girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur [Arıkan, 2002:16]. Özelleştirme politikalarına yönelerek, devletin küçülmesine ve sorumlulukların azaltılmasına çalışılmıştır. Girişimci faaliyetlerin önündeki bürokratik engellerin azaltılması yoluna gidilmiştir. 5 Nisan 1994 yılında yaşanan ağır ekonomik krizi başarılı bir şekilde atlatan Türk Ekonomisi, Anadolu'daki girişimci potansiyelinin düşünceden eyleme geçtiğini göstermiştir [Çelik ve Akgemci, 1998:27].

M. Gerber' in bir sözünde olduğu gibi; "Düşünmek iş değil, işin önünde engeldir. Önemli olan hayallerin var olması ve hayallerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli imkanların ve kaynakların yaratılması için zaman, çaba ve enerji harcanmasıdır." Girişimcilikte 1994 sonrası eyleme geçme tutumu bu durumu doğrular niteliktedir.

İstihdamın önemli bir sorun olduğu ülkemizde çıkış yolunun girişimcilikten geçtiği görüşü yaygınlık kazanmaktadır. Ülkemizde girişimciliğin gelişmesi amacıyla 20 Mayıs 1988' de KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü kurulmuştur. Bu enstitünün

öncelikli amacı, ülkemizin koşulları göz önünde bulundurularak, girişimcilerin geliştirilmesine yönelik mekanizmaların ortaya konulması ve böylece potansiyel girişimcilerin kendi işlerini kurmaları konusunda destek sağlanması olarak ifade edilmektedir. Eğitim, danışmanlık, iş geliştirme ve başlangıç sermayesi sağlama bu destek birimlerinin arasında yer almaktadır. Yeni ve başarılı küçük işletmeler kurulması ve gelişmesi sağlanarak istihdamın artırılması ve bu yolla ülkemizin gelişimine ve refah düzeyinin artmasına katkıda bulunulabileceği düşünülmektedir. Enstitünün kuruluş amaçlarından bir diğeri de, ülkemizdeki girişimcilerin gelişimini engelleyen faktörleri ortaya çıkarmak ve gerekli önlemlerin alınması konusunda çalışmalar yapmak olarak ifade edilmektedir. Girişimcilere yönelik olarak son yıllarda, Milli Produktivite Merkezi (MPM), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme Birliği (KOSGEB), Türk Standartlar Enstitüsü (TSE), üniversiteler ve diğer ilgili kuruluşlar sürekli ya da dönem dönem eğitimler düzenlenmektedir [Çetindamar, 2003:34].

## **1.11. Girişimcilikte Bazı Güncel Konular**

### **1.11.1. İçgirişimcilik**

Firma içerisinde girişimci faaliyetlere izin vererek çalışanlara daha üretken ve dinamik bir ortam yaratan bu oluşuma Pinchot, "intrapreneurship" adını vermiştir. Bu kavram dilimize örgüt içi girişimcilik ya da iç girişimcilik şeklinde çevrilmiştir [Arıkan, 2002:185]. Bir çalışanın girişimci niteliğe sahip olabilmesi için; risk ve sorumluluk alabilme, yeniliklere açık olma, özgüven, bir hedefe yüksek oranda odaklanabilme, yüksek başarı ihtiyacı ve dinamik kişilik gibi belirli özelliklere sahip olması gereklidir [Kaya, 2001:543].

Yaygın olarak kullanılan iç girişimcilik tanımlarından birkaçı aşağıda belirtilmiştir:

İç girişimcilik, şirket içerisindeki girişimcilik faaliyetleridir. Başarılı iç girişimcilik çabaları, yeniliklerin gelişeceği bir yönetsel çevre yaratır [Arıkan, 2002:186].

İç girişimciler, eyleme dönük ve işlerini hızlı bir şekilde yapan kişilerdir. Hedeflere ulaşmak onlar için çok önemlidir ve belirledikleri hedeflere ulaşmak için her şeyi yapmaya hazırdırlar. İç girişimci hem düşünen, plan yapan ve hem de iş yapan kişidir [Kuratko ve Hoggets, 1995:115].

İç girişimci herhangi bir iş fikrini uygulama sorumluluğunu işletme içerisinde üstlenen kişidir [Arıkan, 2002:186].

Girişimcilik ile iç girişimcilik kavramları arasındaki en önemli fark, girişimcilik faaliyetinin meydana geldiği yer ile ilgilidir. Girişimciler kendileri ve kendi işletmeleri için yenilik çaba ve uğraşı içerisinde iken, iç girişimciler mevcut bir işletme adına yenilik çabalarını devam ettirirler [a.g.e., s. 186].

Girişimcilik ya da bağımsız girişimcilik bir kişinin kendi kurduğu işletmenin başarısı için verdiği girişimcilik çabalarını tanımlamak için kullanılır. Bunun dışında, çalıştığı işletmenin başarısı için girişimci faaliyetlerde bulunan kişilere ise bağımlı girişimciler denmektedir. Mevcut işletme içindeki girişimcilik çabalarını tanımlamak amacı ile kullanılan bazı kavramlar şunlardır: “şirket girişimciliği” (corporate venturing; corporate entrepreneurship), “iç girişimcilik” (intrapreneuring), “içsel şirket girişimciliği” (internal corporate venturing), “içsel girişimcilik” (internal entrepreneurship) [a.g.e., s. 186]. Bu kavramlar farklı yazarlar tarafından “iç girişimcilik” (intrapreneurship) olgusunu tanımlamak için kullanılmıştır [Antoncic ve Hisrich, 2003:21].

İngiliz girişimci ve iç girişimcilerinin gelişim ve özelliklerini değerlendiren bir makalede, bağımsız ve model girişimci ayırımından bahsedilerek üç farklı girişimci tipi tanımlanmıştır [Cox ve Jennings, 1995:4]:

- **Elit bağımsız girişimciler:** Kendi işlerini kurarak büyük şirketler inşa eden ve halen büyük bir holding çatısı altında faaliyet gösteren kişilerdir. Onlar genellikle en büyük şirket hissedarıdır ve bu özellikleri onlara holding üzerinde kontrol imkanı verir. Ayrıca bu kişiler birer multi-milyonerdirler.

- **Elit model girişimciler:** Bu kişilere genellikle iç girişimciler denmektedir. Onlar büyük başarılı şirketlerin en üst düzey yöneticileridirler. Bu kişiler örgütün kurulmasına herhangi bir katkıda bulunmamışlardır fakat şirketin gelişmesi ve büyümesinden sorumludurlar. Bu tip girişimciler kurucu ailenin bir üyesi olabilirler. Elit bağımsız girişimcilerle karşılaştırılırsa model girişimciler şirketin kurucularından değildirler fakat şirketin ticari hayatı ve büyümesi için önemli kişilerdir.

- **İşletme içi girişimciler:** Bu gruptaki kişiler, hiçbir özel aile avantajına sahip olmadan başarılı şirketlerde üst düzey yöneticiliğe gelmiş kişilerdir. Onlar, kariyerlerine organizasyonun alt kademelerinde başlamış ve zamanla tepe yönetime ulaşmış kişilerdir. Çalıştıkları şirketle hiçbir aile bağlantısı olmayan ve şirkete güçlü sadakati olmayan birer başarılı iç girişimcidirler.

İç girişimcilerin işletme içerisindeki başarılarına etki eden faktörler, aşağıdaki gibi ifade edilmektedir [Arıkan, 2002:190-192]

- Üst düzey yönetimin tam desteği
- Program için bazı parametreler oluşturmak
- Şirketteki potansiyel içgirişimcileri bulmak ve onları teşvik etmek
- Yönetimsel becerileri geliştirmek
- İçgirişimcilerden oluşan bir ekip kurmak
- İçgirişimcilere kaynak sağlamak
- İç girişimcilere fırsat sunmak
- İçgirişimciler için uygun bir örgütsel iklim yaratmak
- Destek mekanizmaları oluşturmak

### 1.11.2. Kadın Girişimciliği

Kadın girişimci; yeni bir işe girişen, işteki riskleri, mali yönetimi ve sosyal sorumlulukları üzerine alan işletmenin idaresinden birebir sorumlu bayan kişidir [Erdem ve diğerleri, 2002:627]. Kadın girişimciler ile ilgili yapılan araştırmalar arasında en fazla yaygın olan konular, onları girişimci olmaya iten önemli güdüler ve erkek girişimciler ile olan benzerlik ve farklılıklarıdır.

Kadın girişimcileri kendi işlerini kurmaya iten başlıca nedenler; kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma isteği, risk almaya yatkınlık, yenilik ve değişiklik arzusunu tatmin etme şeklinde sıralanabilir [Arıkan, 2002:212].

Kadın girişimciler konusu ile ilgili ayrıntılı bilgi çalışmanın ikinci bölümünde verileceğinden bu bölümde kısaca tanımlamakta yarar görmekteyiz.

### 1.12. Girişimcilik Kültürü ve Girişimcilik Kültürünün Oluşması

Girişimci için kültür, işletmenin kuruluş amacını, faaliyetlerini etkileyen, inançlar, değerler ve bireylerarası ilişkilerin tamamı olarak tanımlanabilir. Girişimcilik kültürü, girişimciye yeni bir statü veren, yaptıklarını ödemeyi garanti eden, başkalarının kendisine iş imkanları yaratmasını beklemek yerine başkaları için iş imkanları yaratan yepyeni bir neslin yetişmesini sağlayacak bir kültürdür [Arıkan, 2002:202; Çelik-Akgemci, 1998: 28].

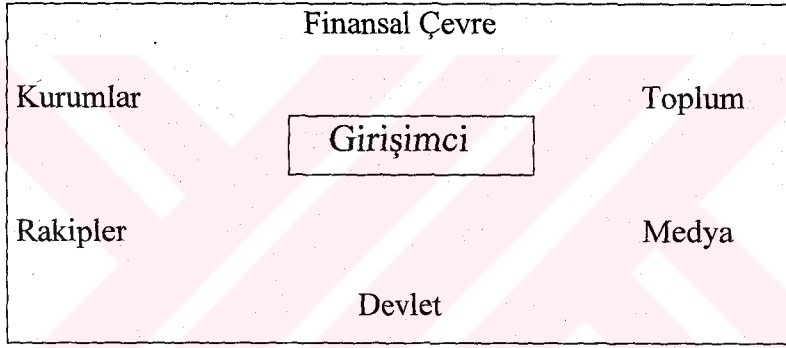
Toplum üzerinde en büyük etkinin kaynağı kültürdür. Kültür, gruptaki bireylerin ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan öğrenilmiş bir yaşam biçimidir. Bur girişimci için ise, kültür; sahip olduğu işletmenin kuruluş amacını, faaliyetlerini etkileyen, inançlar, değerler ve bireyler arası ilişkilerin tamamıdır. Bu çerçevede içerisinde girişimcinin şu sosyal yapılar ile etkileşim içerisinde olduğu söylenebilir; Yerel çevre, Ulusal çevre ve Uluslar arası çevre. Bu çevrelerin etkileşimde oldukları bireyler şekil yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır [Çelik ve Akgemci, 1998: 28].

**Şekil 4: Girişimcinin Yerel Çevresi**



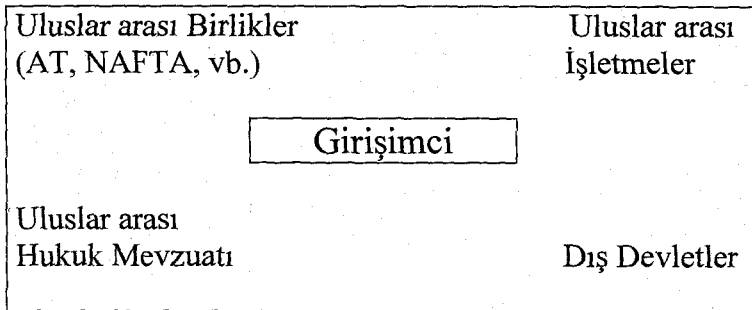
**Kaynak:** Çelik ve Akgemci, Girişimci Kültürü ve Kobi'ler, 1998,s.29

**Şekil 5: Girişimcinin Ulusal Çevresi**



**Kaynak:** Çelik ve Akgemci, Girişimci Kültürü ve Kobi'ler, 1998,s.29

**Şekil 6: Girişimcinin Uluslararası Çevresi**



**Kaynak:** Çelik ve Akgemci, Girişimci Kültürü ve Kobi'ler, 1998,s.29

Girişimci kültür, sosyal ve politik girişimcilik ruhuyla birlikte gelişebilir. Girişimci kültürü iyi anlayabilmek için politik-ekonomik ve teknolojik faktörlerin dışında, bir toplumun amaç ve değerlerine, sosyal tabakalarına ve kurumlaşmış davranış biçimlerine de bakmamız gerekmektedir. Ayrıca, bireylerin gensel ve psikolojik özellikleri ile toplumun saygı duyduğu statüler, bireylerin mesleki yönelimleri üzerinde etkili olabilmektedir [Tekin, 1999:31].

Bir örgütteki girişimcilik kültürüne etki edebilecek çeşitli faktörler vardır. Bunlardan birisi başarı “**başarı güdüsü**”dür. Bireylerin psikolojik motivasyonunun, girişimci kültür oluşumunda önemli bir faktör olduğunu dile getiren D. Mc Clelland olmuştur. Mc Clelland’ a göre başarıya önem veren kültürler, başarıya önem vermeyen kültürlerden daha yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi sergilemektedirler [Arıkan, 2002:203;Çelik ve Akgemci, 1998:31].

Girişimcilik kültürüne etki edebilecek ikinci bir boyut **bireycilik** (individualism) ve **kolektivizm** (collectivism) şeklinde ifade edilebilir. Bireycilikte kişisel yeterlilik ve kontrole, grubun amaçları ile uyumlu olabilecek veya olmayacak bireysel amaçların elde edilmesine ve kişilerin kendi başarılarından gurur duyduğu kültüre önem verilir. Bireysel bir kültürün hakim olduğu çevrede bireyler kişisel çıkarları ve kişisel amaç paylaşımı ile motive olurlar. Bu tür kültürün yerleştiği örgütlerde bireyler ortak eylemlere katkı vermek istemezler, bunun yerine, diğerlerinin çabalarından faydalanmak isterler. Kollektivist kültür ise, bireyin ait olduğu grubun çıkarlarının kişisel çıkarlara üstün tutulduğu, paylaşma, işbirliğine ve grubun uyumuna önem verilen, grubun refahına ilginin yüksek olduğu bir kültürü ifade eder. Kollektivist kültürün hakim olduğu bir örgütte çalışan bireyler grubun bir parçası olduklarına inanırlar ve bireysel çıkarlarını düşünmeksizin gruba katkı vermeye hazırdırlar [Arıkan, 2002:203].

Girişimcilik kültürüne etki edebilecek bir diğer boyut **Protestan İş Ahlakı** ile ifade edilebilir. Weber, bazı toplumlarda, girişimciliğe yönelik eğilimin diğer toplumlarınkinden daha fazla olduğu iddiası ile girişimcilik teorisinde kültürün rolüne işaret etmektedir. Weber, toplumsal düzeyde girişimsel faaliyetlerdeki farklılıkların

kültürel ve dinsel faktörlerle ve özellikle de bir toplumun Protestan iş ahlakını kabul etmesi ile açıklanabileceğini ileri sürmüştür [a.g.e, s.203].

Girişimcilik kültürüne etki edebilecek son faktör *yenilik*' tir. Kanter örgüt kültürünün yeniliği uyaran değişimleri teşvik ettiğini ve bununda girişimsel çabanın kalbi olduğunu ileri sürer. Deshpande, Farley ve Webster, Japon firmaları ile yaptıkları bir çalışmada girişimsel kültüre sahip firmaların içsel etkinliğe önem veren firmalardan daha iyi performans gösterdiğini bulmuştur [a.g.e, s.203]

Girişimcilik kültürünün oluşmasında aile yapısının büyük etkisi vardır. Çocuğun aile içerisinde aldığı eğitim ve görgü onu yaşamı boyunca etkileyebilmektedir. Aynı zamanda teknolojik değişikliklerin meydana gelmesi, aile yapısında bir takım değişikliklere yol açabilecektir. Bu da çocuğun serbest girişim kurma, ev işletme isteğini güdüleyecektir. Girişimcilikte amaç, mevcut kaynakların en iyi şekilde kullanılmasıdır. Bu gibi amaçlar girişimcilik güdüsü ile birleşince ortaya başarıya azmi çıkar, bu azmin pekişmesinde etmenlerden ön önemlisi ailedir. Yani bireyde girişimcilik ruhunun oluşmasında ailenin etkisi eğitim kadar önemlidir. Araştırmalar, bireyin doğumundan itibaren en çok babasından ve aile bireylerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Aile de girişimci bir kişinin olması doğal olarak onun da girişimci olması yolunda etkili olacaktır. Aynı zamanda Türk aile yapısı içinde yetişen bireyde girişimcilik kültürünün oluşabilmesi, yaşadığı çevre şartlarına ve teknolojik imkanlara da bağlıdır [Tüsiad, 1987: 13-19].

Başarılı girişimcilerin örgütlerinde bir kültür iklimi oluşmasını sağlayan belirleyici değerleri ve göstergeleri Keith Davis ve Robert Blomstrom, şu şekilde ifade sıralamaktadır [Özel, 1994: 124]:

- Teknik Değerler: Fiziksel olaylara, bilime ve mantığa dayanır,
- Ekonomik Değerler: Arz ve talep tarafından belirlenen pazar değerlerine dayanır,
- Sosyal Değerler: Grup ve örgüt psikolojisine dayanır,
- Psikolojik Değerler: Bireylerin kişisel ihtiyaçlarına dayanır,



- Politik Değerler: Ülkenin idari şekli, rejim ve başlıca devlet politikalarına dayanır,
- Estetik Değerler: Özellikle algılamaya dayanır,
- Ahlaki Değerler: Çevreden alınan genel ahlak, örf, adet, gelenek, ve aile eğitimine dayanır,

**Şekil 7: Girişimcilik Kültürünün Oluşmasını Sağlayan Değerler**



Kaynak: Özel, Değişim ve Kriz, 1994, s.124

Başlı başına bir zihniyet ve davranış biçimi olan girişimcilik, içinde yaşanılan toplumun sosyo-ekonomik ortamının ürünüdür. Girişimcilik bir kültür olayıdır. Dolayısıyla toplumlar sahip oldukları bireylere, kültürel değer ve motifleri kazandırarak, onları potansiyel bir girişimci haline getirmeli ve koşulların uygun olması durumunda ise, onları aktif bir girişimci olarak ekonomik hayata kazandırabilmenin çabası içerisinde olmalıdırlar.

## 2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

### 2.1. Cinsiyet - Rol Tutumları

Mina Colwill cinsiyet rollerinin köklerinin tarihte olduğunu, dinlerce tanımlandığını, hukuk sistemlerince belirginleştirildiğini, kültürlerce de bizlere baskılandıklarını ifade etmektedir. Cinsiyet rolü sosyalizasyonu doğumumuzdan ölümümüze kadar sürer. Cinsiyet rolleri tanım olarak toplumdan topluma, tarih içinde değişse de, hiç değişmeyen yönü cinsiyet temelindeki anlayışı, kadının erkeğe göre ikincil dönemde olduğu anlayışıdır. Colwill' in de belirttiği üzere, cinsiyet rolü stereotipleri, cinsiyet önyargısı ve cinsiyet ayrımcılığı birbiriyle ilişkili kavramlardır. Cinsiyet rolü stereotipi, kadın ve erkeğe ilişkin bir inançtır. Bu stereotipi yaratan kadının besleyici, duygusal, nazik, erkeğin ise saldırgan, maceraperest ve fiziki açıdan güçlü olduğu inancıdır. Stereotiplerin bir özelliği kolaylıkla tutumlara dönüşebilmeleridir. Nitekim cinsiyet rolü stereotipi de cinsiyet önyargıcılığına yol açar yani kadının ve erkeğin cinsiyetlerinin sonucu olarak farklı düşünüp davrandıkları yargısına varılabilir. Ön yargılar stereotiplerden daha tehlikelidir zira olgular karşısında direnme gücüne sahiptir. Bu nedenle cinsiyet önyargıları kolaylıkla cinsiyet ayrımcılığına yol açabilmektedir [Çelebi, 1997: 25].

Kadın incelemeleri genelde kadını iki ayrı düzlemde, kategori ve grup düzleminde ele almak zorundadır. Her ne kadar bu iki düzlem aktüalitede iç içe geçmiş gibi görünürse de, aslında her iki düzlemin kadına yükledikleri özellikleri, bir diğerinden ayırt edilmesi metodolojik bir gerekliliktir [Çelebi, 1993: 24].

Kadının biyolojik kategori kılan karakteristiğinin sosyal olarak tanımlanmasının kaynağı, toplum yaşamının grup düzlemidir. Başka bir deyişle kadının biyolojik kategori karakteristiğine sosyal olarak tanımlanmış atıflarda bulunulması, grup düzleminde ortaya çıkmaktadır. Kadının sosyal bir kategori olarak tanımlanabilmesi ise ancak ve ancak toplum içinde kadından beklenen rollerin rollerin, kadının oynadığı rollerin ve kadının oynadığı rollerine atfedilen statülerin kendi aralarında sık dokulu dar

bir alanda yoğunlaşmış, örüntüleşmiş ve adeta evrensel olarak yaygın bir görünüm arzemesinin sonunda mümkün olabilmiştir [Çelebi, 1997: 24].

Kadının toplumsal yapıda işgal ettiği pozisyonlar ile bu pozisyonlardaki rolleri ve bu rollerin nasıl oynanması gerektiğine ilişkin tanımlar, beklentiler ve davranış örüntüleri sosyal grup düzleminde belirlenmekte, gerçekleştirilmekte ve bir adım sonra da bu belirlenmişlik ile kadın sosyal bir kategori kavramsallaştırılmaktadır. Kadının sosyal grup düzlemindeki pozisyon, rol ve davranış örüntülerinin her ne kadar ilk bakışta kadının biyolojik karakteristiğine bağlı olarak tanımlanmaları gerektiği doğru gibi gözükürse de, bunun yanılırlı bir değerlendirme olduğu farklı dönem ve toplumlardaki kadının pozisyonuna ilişkin incelemelerle ortaya çıkmıştır [Thompson, 1999:210].

Kadının biyolojik özelliği tarihin belirli bir döneminden sonra ve yaşanan toplumun bazı özelliklerine dayalı olarak kadının grup düzlemindeki pozisyon ve rolünün temellendirilmesinde bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Cinsiyet rolleri her ne kadar başlangıçta toplum tarafından tanımlanmış ve “beklenen rol” ler olarak kavramsallaştırılmış ise de bu roller sosyalizasyon süreci içinde kadınlara küçük yaşlardan itibaren aktarıldığı için kadınlar tarafından da içselleştirilmiş ve benimsenerek oynanır olmuştur. Daha açık bir deyişle aslında sosyal olan bu roller kadınlar tarafından, kendi kimliklerini tanımladıkları ve bu nedenle de vazgeçemeyeceklerini sandıkları yerleşik tutumlar halinde benimsenir olmuştur. Tutumlar geçmiş yaşantılarımızın birikimli bir tortusu olup herhangi bir grup, kişi ve obje veya konuyla ilgili süreklilik arzeden duygu, inanç ve davranış eğilimlerinin bütünüdür [Çelebi, 1997:25].

Kadınların cinsiyet rol tutumları, bir başka deyişle, toplumun kendilerine öğrettiği ve benimsettiği tutumlar geleneksel yapıdan, eşitlikçiliğe doğru kaymaktadır. Sanayileşme, kentleşme, kitle iletişim araçlarının gelişimi, demokratikleşme, modernleşme, okullaşma, kadının çalışma yaşamına girmesi gibi sosyal süreçler temelde toplum yaşamının pek çok alanında olduğu gibi aile içindeki yerleşik ilişkilerin ve aile bireylerinin davranış şekillerinin değişmesine yol açmaktadır.

## 2.2. Kadının Çalışma Hayatındaki Yeri

Tarih boyunca kadının çalışma yaşamı içerisinde önemli bir yeri olmuştur. Eski medeniyetlerde bile kasaba ve şehirlerde kadınlar çamaşırcı, terzi, hizmetçi, dükkan sahibi ve ebe olarak çalışmışlar, köylerde buğday ve hayvanların yetiştirilmesinde yünlerin iğrilmesi ve gıdaların konserve halinde saklanmasına dek çitçiliğin her aşamasında yer almışlardır. Gerçekte, yüzyıllar boyunca üretimin temelinde hane halkı yer almıştır; bütün temel gereksinimler aile üyeleri –ayrım olmaksızın büyükler ve küçükler tarafından üretilmiştir. Evde yardıma ihtiyaç duyulmayan çocuklar çalışmalarını için başka yerlere gönderilmişler, kızlara ücret karşılığı hizmet yaptırılmış, erkek çocuklar çıraklığa verilmiştir. Evli kadınlar hane halkının ve küçük çocukların bakımını üstlenmeleri yanında; tarlalarda ve atelyelerde kocalarına yardımcı olmuşlar, bazen de, üretim fazlası mal ve kumaşları satarak ailelerinin gelirine katkıda bulunmuşlardır [Gürol, 2000: 209].

İşgücüne katılan kadınların büyük çoğunluğu okul bitirmeyen kadınlar ve ilkokul mezunları oluşturmaktadır. Bu kadın nüfusunun genel eğitim düzeyinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bunun yanında kadının işgücüne katılmasının en yüksek olduğu tarım sektöründe çalışan kadınların çoğunlukla eğitimsiz oldukları bilinmektedir. İşgücüne katılan kadınların eğitim durumları incelendiğinde eğitim düzeyi ve işgücüne katılma arasında doğrudan ilişki olduğu gözlenmektedir. Eğitim görmüş kadınlar arasında çalışma hayatına katılma eğilimi arasında doğru bir orantı mevcuttur. Meslek eğitimi görenin kadının işgücüne katılmasını olumlu yönde etkilediği çeşitli araştırmalarla kanıtlanmıştır. Lise ya da ortaokul dengi meslek okullarından mezun olanların işgücüne katılma oranları lise ve ortaokul mezunlarından daha yüksektir. Ancak işgücündeki kadının eğitim düzeylerine göre dağılımı, kadınların büyük ölçüde niteliksiz işgücü kategorisi oluşturdukları göstermektedir.

Devlet İstatistik Enstitüsü' nün 1985 yılı verilerine göre, Türkiye' de 24.992.483 kadından 7.492.733' ü çalışmaktadır. 1990 yılı verilerine göre ise, 27.865.988 kadından 8.408.414' nün çalıştığı belirtilmiştir. Bu iki yılın karşılaştırmalı rakamları ve oranları Tablo 2' de görüldüğü üzeredir.

**Tablo 2: 1985-1990 Yılı Verilerine Göre Çalışan Kadınların Dağılımı**

Çalışma Pozisyonu	1985 Yılı Verileri		1990 Yılı Verileri	
	Çalışan Kadın Sayısı	Yüzde (%)	Çalışan Kadın Sayısı	Yüzde (%)
Tarım kesiminde Çalışan Ücretsiz Aile İşçisi	6.058.365	80,8	6.289.865	74,7
Kendi hesabına Çalışan	351.067	4,6	612.768	7,2
İşveren	10.750	0,1	19.355	0,2
Ücretli	1.072.481	14,3	1.489.263	17,7
Toplam	7.492.733	100,0	8.408.414	100,0

Kaynak: DİE, 1993.

Tablo 2' de görüldüğü üzere, tarım kesiminde çalışan ücretsiz aile işçisi oranında % 6,1 düşüş görülmektedir. Bu durumun ülkemizdeki kentleşme hızında görülen artışla paralellik gösterdiği muhakkaktır. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçtikçe tarım kesiminde çalışan kadınların oranında düşme olacaktır.

Eğitimsiz ve ilkökul eğitimi alan kadınların çalışma alanı tarım sektörüdür. Eğitim düzeylerinin yükselmesine koşut olarak kadınlar, hizmetler sektöründe çalışma olanağı bulmaktadırlar. Türkiye'de 1980 yılında nitelikli kadın gücünün ezici çoğunluğu hizmetler kesiminde toplanmıştır [Çiftçi, 1982:120].

1990' da çalışan kadınların % 82' si tarımdadır. Tarım sektöründe çalışan kadınların % 80' i ücretsiz aile işçisidir. Ücretle çalışan kadınlar ise ancak % 3,2' dir. Kadınlar ev içinde parça işleri, ev temizliği gibi hiçbir sosyal güvencesi olmayan düşük ücretli işlerde ailenin geçimine katkıda bulunmak için çalışmak zorunda kalmaktadırlar.

Yüksek öğrenim görmüş kadınlar ise çalışma hayatında, öğretmenlik, eczacılık, hakimlik, diş hekimliği ve avukatlık mesleklerinde yoğunlaşmaktadırlar. Kadınların meslek odaları yönetimindeki oranları 1990' da % 20 eczacılar, %5,6 hekimler, %58,8 diş hekimleri, % 7,4 avukatlar olarak saptanmıştır. Özel sektörde finans ve bankacılık

alanında son yıllarda kadın yöneticilerin varlığı giderek artmaktadır. Hizmet, imalat ve ücret sektöründeki girişimci kadınların sayısında da artış gözlenmektedir.

Öğretmenlik, kadınların özellikle tercih ettiği bir meslektir. Ancak bu alanlarda kadınlar karar alma mekanizmalarında yeterince yer almamaktadırlar. Örneğin yükseköğretim elemanlarının % 32' si kadın-iken, bugün mevcut 53 üniversitede kadın rektör yoktur. Üniversite senatoları ve fakülte dekanları arasında çok az sayıda kadın vardır.

İlk kez 1991 yılında bir kadın vali olabilmiş, üç kaymakam adayı 1992' de göreve başlamıştır. İlk kadın büyükelçi 1985 yılında atanmıştır. 1994' te kadın büyükelçi oranı % 2,5' tir. Dışişleri Bakanlığı' nda yönetici düzeyindeki kadınların oranı ise % 12' dir [Çakır, 1996:4]

DİE, verileri çalışma hayatında kadının yalnızca formal sektörde olanların ilişkin verileri içerir. Bir de olayın kayıtsız olan informal durumu mevcuttur. İnfomal durumda çalışma kadına gelir getirir. Düşük ücret ve gelir, belirsiz istihdam (geçici, mevsimsel, çeşitli dalgalanmalara tabi) alışılmışın dışında çalışma koşulları ve güvencesi, kayıtsız ve sözleşmesiz olma durumları bu sektörün genel özellikleridir [Kümbetoğlu, 1994: 564].

Bu sektörde işin önemli ölçüde cinsiyete bağlı belirlenmesi özellikle işin "mobil" ya da " ev içi" olmasına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye' de Genel Nüfus Sayımı ve Hane İşgücü verilerinde kadınların bu sektörde ve ev içi ve hizmet işlerinde yoğunlaştıkları görülür [DİE, 1993].

### **2.3. Kadın Girişimciliği**

Piyasa ekonomisi içinde; hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üretip satan, kendi işinin sahibi olup, vergi kaydı, TESK' e Esnaf ve Sanatkarlık Odalarına veya TOBB- Odalarına üye olan ve

sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında çalışan ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadın, girişimci olarak tanımlanmaktadır [Müftüoğlu, 1997:69].

Kendi hesabına çalışan kadınların bir kısmının kiradan, vergiden kaçınma vb. sebeplerle bu durumlarını belirtmekten kaçındıkları; bazılarının da girişimci olmalarına rağmen bir esnaf ve sanatkar odasına kayıtlı olmadıkları görülmüştür. Dolayısıyla bu kişileri 'girişimci' kavramının dışında bırakmak doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Aslında girişimci sınıfına kimlerin dahil edileceği konusunda tam bir uzlaşma sağlanamamasının bir nedeni de Türkiye' de 1992 yılına kadar bu konuda bir araştırma yapılmamış olmasıdır. Bu konuya açıklık getirmek amacıyla kadın girişimci aşağıdaki şekilde tanımlanabilir [a.g.e, s.69]:

- Ev dışında bir mekanda, kendi adına kurduğu bir( veya birkaç) işyeri olan,
- Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesi ile ilgili faaliyetleri yürüten bu mal ve hizmetin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan, yaptıran,
- İş ile ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş yerinin işletilmesi, kapatılması, veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın kullanım ve yatırım alanları üzerinde söz sahibi olan kişi olarak tanımlanabilir.

Girişimcinin karakteristik özelliklerini erkekler kadar kadınlar da taşımaktadır. Bu karakteristik özellikler; cesaret, bağımsız hareket etme, kararlılık, insan ilişkilerini bilme

rahat iletişim kurabilme ve çevre edinebilme becerisi, yenilikçi ve öğrenmeye açık olma şeklinde tanımlanabilir.

Girişimci kadın ile yönetici kadın ikisi de aynı işi yapar durumda olsalar da girişimci kadın kâr ve zararı kendine olmak üzere riske girer. Her girişimci kadın aynı zamanda yönetici iken her kadın yönetici aynı zamanda girişimci olmayabilir [Akıncı, 2000: 35].

Tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye’ de de kadın girişimci sayısı, erkek girişimcilere göre daha düşüktür. Gelişmiş ülkelerde son yıllarda, kadın girişimcilere özel girişimcilik destekleme programları başlanmıştır. Aşağıdaki tabloda bazı ülkelere göre Türkiye’ deki kadın girişimcilerin oransal dağılımı verilmektedir.

**Tablo 3: Bazı Ülkelerdeki Kadın Girişimcilerin Yüzdesi(1996)**

<b>BAZI ÜLKELERDEKİ KADIN GİRİŞİMCİ YÜZDELERİ(1996)</b>	
<b>ÜLKELER</b>	<b>KADIN GİRİŞİMCİLER(%)</b>
Avustralya.....	32,8
Kanada.....	28,7
Macaristan.....	30,7
Japonya.....	32,2
Kore.....	30,7
Meksika.....	36,1
Norveç.....	30,3
Polonya.....	30,7
İngiltere.....	30,6
ABD.....	39,2
Türkiye.....	5,3

**Kaynak:** OESD,2001.



DİE verilerine göre, 2000 yılı itibariyle Türkiye' deki toplam girişimci sayısı 488 bin adettir. Bunun 447 bin adeti erkek girişimciler, 41 bin adeti ise kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Türkiye' de kadın girişimcilerin kadın nüfusuna oranı sonucunda ortaya çıkan sonuç % 8,4 olmaktadır. Bu oran erkeklerde % 91,6' dır [DİE, 2000].

Türkiye' de sadece 32 bin kadın girişimci vardır. Bu sayı kriz~öncesinde 38 bin, hatta 1998 yılında 45 binlerdedi. DİE istatistiklerine göre, Türkiye' deki bütün girişimciler içinde kadınların payı %10 düzeyindedir. Fakat birden fazla kişiye iş sağlayanlar açısından bakıldığında bu oran %3 düzeyine gerilemektedir. Bu oranlar AB ülkelerinde de benzerlik göstermektedir. ABD' de ise kadın girişimcilerin ekonomideki rolü daha farklıdır. Son 12 yılda, ABD' de kadınların sahip olduğu işletme sayısı 2 katına çıkmış, bugün patronu kadın olan ve toplam iş kapasitesinin %38' ine sahip 9 milyonun üzerinde şirket kurulmuştur. 30 milyona yakın kişi çalıştıran bu şirketlerin cirosu 4 trilyon dolar civarındadır [Tekinay, 2003:106-110].

#### 2.4. Kadın Girişimciliği Çeşitleri

Goffe ve Scase (1985) iki faktöre dayalı olarak dört farklı kadın girişimci tipini tanımlamıştır. Bu faktörlerden ilkinde göre, kadın girişimciler bireysellik ve kendine güven ilkelerini benimseyen geleneksel girişimcilik eğilimindedirler. Diğer faktör de kadın girişimcilerin erkeklerin astı konumunda olmayı kabullenen geleneksel cinsiyet rolünü içermektedir. Anlaşılacağı gibi bu iki faktör aslında kadın girişimcilerin bulunabilecekleri iki uç konumu temsil etmektedir. Bu iki ucu belli skala içerisinde, dört kadın girişimci tipi tanımlamaktadır. Bunlar [Kutunis, 2003: 61, Goffe ve Scase,1992: 78-79]:

Hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de aynı ölçüde yerine getiren çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen **geleneksel girişimci** tipidir. Çoğunlukla konuk ev, sekreterlik

ve bakım ajansı, restoran, yemek fabrikası ve kuaför salonu vb. işlerde faaliyet gösterirler.

Girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmenin büyümesi için öncelikli hedefleri arasına koyan **yenilikçi girişimci** tipidir. Bu kadınları, savaş sonrasında büyüyen ve yüksek okul mezunu kadınların istihdam edildiği alanlarda yani, pazar araştırmaları, reklam, halkla ilişkiler ve basın işlerinde bulmak mümkündür.

Geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören **evcimen (domestik) girişimci** tipidir. Sanat ve el sanatları, sağlıklı yiyecekler, güzellik bakımı, terzilik vb. faaliyet alanlarında bu tip kadınlara rastlanır.

İş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işini de bu amaca hizmet eden bir araç olarak görerek organize eden **köktenci (radikal) girişimci** tipidir. Çoğunlukla geniş ölçekli organizasyonlarda erkek önyargılarıyla karşılaşmış olan çeşitli yeteneklere sahip üniversite mezunlarıdır. İşleri kâr elde etmeye koşullanmıştır ve elde edilen birikim kadınların uzun vadeli çıkarları doğrultusunda kullanılır. Bu durumda, bu kadın girişimcilerin kadın hareketiyle ilişkili olması ve basın yayın, perakende satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat gibi çeşitli alanlarda olmaları muhtemeldir. Güçlü ideolojik bağlılık nedeniyle bu iş kadınları işlerini, ekonomik bir birim olduğu kadar sosyal bir birim olarak da görürler. Bu işler kadınlara, erkeklerin olumsuz etkilerinden uzak, içinde kendi kişisel kimliklerini ve yaşam biçimlerini şekillendirebilecekleri bir ortam sunarlar [Goffe ve Scase, 1992: 80].

## Şekil 8: Girişimci Kadın Tipleri

		Geleneksel cinsiyet rollerine bağlı	
		Yüksek	Düşük
Girişimci İdeallerine bağlı	Yüksek	Geleneksel(1)	Yenilikçi(2)
	Düşük	Evcil (3)	Radikal(4)

**Kaynak:** Robert Coffee ve Richard Scase, Kadın Girişimcilerin Deneyimleri, 1992, s. 78

1987’ de ise, Dorothy P. Moore kadın girişimciliğinin gelişim sürecini baz alarak yaptığı çalışmada, kadın girişimcileri geleneksel ve modern olarak iki gruba ayırmıştır. Bu ayırmda baz alınan kriterler, Tablo 4’ te gösterilmiştir.

**Tablo 4: Modern ve Geleneksel Kadın Girişimciler Arasındaki İlişkiler**

KRİTERLER	GELENEKSEL 1945-1970	MODERN 1970-
Yönelimleri	Ev ve aile	Kariyer
Çalışma Amaçları	Ek gelir sağlama	Planlarını ve İdeallerini gerçekleştirme
Girdikleri Sektör	Hizmet ve perakende ticaret	Erkeklerin baskın olduğu işler ve yeni atılımlar
Finansman	Kişisel Kaynaklar	Dış kaynaklar
Kredi	Ayırım	Eşit kredi olanakları
Eğitim	Sanat ve beşeri teknikler	Tecrübe ile desteklenmiş teknik ve yönetsel birikim
İşletme Tipi	Tek sahiplilik ve düşük gelir	Ortaklık şeklinde büyüme ve yüksek gelir
Rol Modelleri	Engelleyici	Daha az engelleyici

**Kaynak:** Moore, Dorothy P., “An Examination of Present.....Netherlands 1990, s. 277

Tablo 4’ de görüldüğü üzere ilk kuşak kadın girişimci profili şu şekilde belirlenmiştir: 35-55 yaşları arasındadır. Eskiden veya halen evlidir ve bir ailesi vardır. Ek gelir sağlama amacı ve aile ihtiyaçlarına yardımcı olma amacıyla girişimci olmuşlardır.

Hizmet ve perakende ticaret sektöründe faaliyet gösterirler. İlk işe başlama sermayesi kişisel tasarrufları ve sahip olduğu varlıklardır. Birkaç çalışandan oluşan veya tek sahipli işletme sahibidirler. Yeni ve genç bir işletmenin başındadırlar ve çoğunluğunun ilk iş deneyimidir. Genellikle sahip oldukları sanatsal ve beşeri teknikler konusunda faaliyet gösterirler. Birinci kuşak girişimcileri girişimciliğe motive eden faktörler, para, bağımsız olma güdüsü, sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanma şansını yakalamaktır.

İkinci kuşak kadın girişimcilerde ise boyut şu şekildedir:

İşletme yönetimi ve teknik konularda eğitilmiştirler. Erkeklerin yoğun olduğu sektörlerde çalışma şansını yakalamışlardır. Geleneksel kadın rolleri, daha az engelleyici bir durumdadır. Amaç, kariyer hedeflerine ulaşmak olmuştur. Aile ihtiyaçlarını karşılamak veya ekonomik yan gelir sağlama amacından ziyade, planları ve hedefleri doğrultusunda hareket ederler. Ortaklık şeklinde büyüme ve yüksek gelir sağlama amacındadırlar. Tecrübe ile desteklenmiş gerekli teknik ve yönetsel becerilere sahiptirler. İkinci kuşak girişimci kadınları girişimciliğe iten sebepler ise, kariyer planları ve sahip oldukları teknik ve yönetsel becerileri yüksek gelir sağlama noktasında kullanmaktadır.

## **2.5. Kadın Girişimciler İçin Girişimcilik Süreci**

Girişimcilerin girişim sürecinde çözmek zorunda oldukları problemler diğer yöneticilik süreçlerinde var olmayan ancak girişimciliğe özgü bir takım problemlerdir. Girişimciliğe özgü bu problemler, Hisrich tarafından dört farklı şekilde sıralanmıştır. Bunlar [Arıkan, 2002:223]:

- a. Bir fırsatın fark edilmesi ve değerlendirilmesi
- b. İş planının hazırlanması
- c. Gerekli olan kaynaklarının belirlenmesi
- d. Kurulan sermayenin yönetilmesi

Ancak kadın girişimciler yukarıda sıralanan problemlere çözüm bulmak yanında aileleri ile ilgili problemlere, eğitimleri, kadın cinsiyeti taşımaları gerekli iş bağlantılarına sahip bulunmamaları ve yeterince tecrübe sahibi olmamalarıyla ilgili problemlerdir [a.g.e., 223]

## 2.6. Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasının Sebepleri

Son yıllarda özellikle dünyada 1970'lerden bu yana büyük bir atılım içinde olan kadınlar, çalışma hayatında ağırlıklarını gittikçe artarak hissettirmektedirler. Kadınlar sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma, esnek çalışma saatleri ile 1970 ve 1980'lerde birçok engelle karşılaşmış olmaları gibi nedenlerle, ücret ve maaşla çalışmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler [Müftüoğlu, 1997: 70].

Kadınları iş hayatında deneyim kazanma, yüksek konumlara gelebileceklerini kanıtlama çabaları 1980'li dönemlere rastlamakta olup, 1990'lı yıllar ise, kadınlara daha yüksek konumları, erkek egemenliğindeki sektörlerde başarıyı vaad etmektedir.

Türkiye'de kadınların daha çok tarım sektöründe, ikinci olarak da sanayi ve hizmet sektöründe yoğunlaştıkları gözlenmektedir. Kadınların erkek mesleği olarak kabul edilen mesleklerde yaygın görülmemesinin belki de en önemli nedeni bazı mesleklerin girişlerinin kadınlara kapalı olmasıdır. Örneğin, pazarlama ve müfettişlik gibi mesleklere kadınların girişi kısıtlıdır. Buna nazaran bazı sektörlerde kadınlar hızlı girmiş ve belli kariyer hedefleriyle hareket etmektedirler. Örneğin yöneticilik mesleği bu meslekler arasında sayılabilir.

Kadınların 1980 öncesi erkek mesleği olarak görülen pek çok mesleğe girmelerinin altında, erkekler ile aynı eğitim düzeyini yakalıyor olmaları yatmaktadır. Düne kadar erkek mesleği olarak görülen avukatlık, mühendislik, yöneticilik, doktor vb. prestijli meslekler artık kadınlar tarafından da çalışılabilir meslekler halini almıştır.

Günümüzde pek çok kadın kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma isteği, risk almaya yatkınlık, yenilik ve değişiklik arzusunun tatmin etme, belli bir sanata sahip olma vb. gibi sebeplerden 'girişimcilik' mesleğini diğer mesleklere tercih eder hale gelmişlerdir.

Kadınlara ait girişimlerin giderek çoğalmasını birdeñ çok nedene bağlanmışır. **Birinci olarak**, sosyo-kültürel altyapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının çalışma hayatına girmesi ve öğretim düzeylerinin yükselmesidir. **İkinci olarak**, orta yönetim kadrolarında bulunan kadınların çalıştıkları şirketlerde personel azaltma politikası izlemesi endişesi taşımaları ve bir gün işlerini kaybedebilecekleri düşüncesi ve dolayısıyla kendi kendilerinin patronu olmayı arzulamalarıdır. **Üçüncü olarak**, başarılı kadın girişimcilerinin sayısının artması ile örnek alabilecekleri kişilerin çoğalması. **Dördüncü olarak da**, bir çok işletme de üst düzey yönetici kademelerine getirilen insanların, erkek ağırlıklı olması sebebiyle erkek çalışan isteğini firmaların sürdürmeye devam etmesinden kaynaklanmaktadır.

## 2.7. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Kadınları küçük girişimler oluşturmaya iten sebepler, günümüz Türkiye'si' ndeki ekonomik trendler, tek bir kişinin gelir elde ettiği ailelerde iyi bir yaşam standardı sağlamayı gittikçe daha güç hale getirmekte, bunun yanında, şehirlerde formel kesimdeki mevcut iş sayısı günden güne daha azalmaktadır. Kültürel ikilemler sonucu eğitimdeki fırsat eşitsizliği formel kesim işgücü piyasasında erkeklerin kadınlara tercih edilir olması. Çocuk bakımını üstlenen tesislerin olmaması veya pahalılığı unsuru, diğer geleneksel ev hizmetlerine ilişkin sorumluluklarla bir araya geldiğinde, kadının evde kalması gerekli kılmakta ve formel kesim içinde iş gücünde yer almasını engellemektedir [Başbakanlık, 1995: 8].

Formel düzen içinde karşılaştıkları bu sorunların yanında kadınlar iş kurma aşamasında ve işyeri kurduktan sonra da belli sorunlar yaşamaktadırlar. Kadınların iş yer kurma aşamasında karşılaştıkları sorunları özetlersek; sermaye temini, iş yeri arama kiralama,

mal temini, donanım araç gereç temini, bürokratik sorunlar, iş alanında acemi olmaktan kaynaklanan sorunlar, organize olamama ve toplumda kadın olmalarından dolayı yaşadıkları sorunlar [Çelebi, 1997: 39]

İş yeri kurduktan sonra karşılaşılan sorunları ise, acemilik, tecrübesizlik, müşteri ile iletişim kuramama, ödemeler ve senetler, müşteri azlığı, kalifiye eleman bulamama, ucuz hammadde ve mamüle ulaşamama gibi sorunlar sayılabilir [a.g.e., 40]

Türk halkının kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları, kadınların Türk toplumundaki yerinden kaynaklanmaktadır. Bu algılama biçiminden dolayı kadın girişimciler olumsuz etkilenmekte ve kendilerini ifade edebilmeleri güçleşmektedir [Özen Kutanis ve Bayraktaroğlu, 2002]

Türkiye’ de kadınlar girişimci olma noktasında karar verdikleri zaman ne yapacaklarını bilememektedirler. Eğitim ve danışmanlık alabilecekleri yerleri, kendilerine sermaye teminlerinde yardımcı olacak kurumları, mal teminlerini nasıl karşılayacaklarına ilişkin bilgileri nereden sağlayacakları vb. sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Öncelikli sorun olan sermaye temini ile ilgili kredi imkanlarından yararlanma oranları çok düşüktür. Tablo 4’ de görüldüğü üzere Türkiye teşvik kredilerinden yararlanma noktasında girişimcilikte belli noktalara gelmiş ülkelerin oldukça gerisinde gözükmektedir.

**Tablo 5: Türkiye’nin Girişimcilikteki Payı Daha Yüksek Olan Ülkelerle Karşılaştırmalı Kredi Kullanma Oranları**

KOBİ' lerin Kredi Payı(%)	Türkiye	G. Kore	İngiltere	ABD	Japonya
	3,5	46,8	27,2	42,7	50

**Kaynak:** KOSGEB, 2002

## 2.8. Kadınları Girişimciliğe Sevkeden Nedenler

İkinci kuşak (modern) kadın girişimcilerin yaygınlaştığı toplumumuzda ve erkeklerle aynı eğitim düzeyini yakalamış kadınların, erkek egemen sektörlere girmeye başlaması ile birlikte girişimciliğe sevk eden nedenleri kadın erkek olarak ayırmak pek uygun görülmemiştir. Bu noktada kişileri girişimciliğe sevk eden nedenler olarak almak gerekir. Her iki cinsiyette hayatla bir mücadele içerisindeyiz.

Kişileri girişimciliğe sevk eden nedenler [Erdoğmuş, 2004: 27-30]:

**Ekonomik Düzeyi Yükseltmek:** İnsanlar daha iyi şartlarda yaşamak ve hayat standartlarını yükseltmek için kendi işlerini kurmaya yönelirler.

**Yeni Ürün ve Fikirleri Uygulamak:** Girişimcilik ruhuna sahip kişilerin en belirgin özelliklerinden biri başarıya ulaşma isteğidir. Bu kişiler rutin işlerden ziyade, yeni fikirler üretmeyi ve uygulamayı yeğlerler.

**Kendine Güven Kazanma:** Maddi imkanlara sahip olmak insanlara güven duygusu verir.

**Sosyal Statü Kazanma:** İyi bir iş ve ünvana sahip olmak toplum gözünde girişimcilere verilen değer olarak yorumlandığından kişilerin sosyal statülerinde olumlu etkiler yapar.

Yukarıda sayılan girişimciliği çekici özelliklerin yanında girişimciliğe itici nedenleri de unutmamak gerekir. Kadınların çoğunluğunun yapılan araştırmalar neticesinde itici olan nedenlerle girişimciliğe başladıklarını göstermektedir. Bu itici faktörler, eşin ölmesi, geçim sıkıntıları vb. sebepler kadınlara girişimci olma yolunu açmıştır.

## 2.9. Kadın Girişimciliğini Arttırmaya Yönelik Politikalar

Kadın işgücünün istihdamına ilişkin politika saptama da nihai hedef, Türkiye’de atıl ve marjinal kalmış, kadın emeğinin [Elbert Vakfı, 1992] piyasa karşılığı bulacak şekilde değerlendirilmesi, bu piyasanın düzenli ve kalıcı bir ögesi olması, ve ekonomik hayatta gerçek değeriyle yerini almasıdır. Bu nedenle kadın girişimciliğini özendirme ve



destekleme çalışmaları, bu nihai amaç gözetilerek yapılmalıdır. Bu yapılmadığı takdirde, iş piyasasının bir çok alanında zaten marjinalliği kanıtlanmış kadın işgücünün yeni bir alanda da bu konuma düşmesinin önüne geçilemez [Ecevit, 1993: 31].

Kadınlar girişimcilikte belli başlı sorunlar yaşamaktadırlar. Bunlar, sermaye temini, beceri ve mesleki eğitim ve son olarak da örgütlenme problemleri yaşamaktadırlar [Arat, 1993: 209-211].

Kadın girişimciliğini desteklemek amaçlı bir çok kurum vardır. Bunlar, WEC, Dünya Kadın Girişimcileri Birliği, Kadın Vakfı, Dünya Kadın Bankası v.b. ulusal kuruluşların yanında ülkemizde TESK, Esnaf ve sanatkarlar Odası, KOSGEB gibi kuruluşlar mevcuttur.

Kadın girişimciliğini arttırmak için, kadınlara işletmecilik ve yöneticilik dersleri verilmeli, kadın girişimcileri destekleme merkezi kurulabilir, kadın girişimcilerini destekleyen kuruluşlar basınla işbirliği yapabilir. Kadın girişimciliği ile ilgili bir veri tabana çıkarılabilir. Ve bu veri tabanı çerçevesinde gerekli görülen önlemler alınabilir.

## **2.10. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar**

Kadın ve erkek girişimciler arasında bir çok benzer nokta bulunmasına karşın dikkate değer farklılıklar da göze çarpmaktadır. Öncelikle işe başlama nedenlerinin kadınlar için daha farklı olduğu görülmüştür. Erkekler daha çok kendi geleceklerini kontrolleri altında tutma güdüsüyle hareket ederken veya kendilerinin daha iyi yönetebileceklerine dair inançları erkekleri girişimciliğe itmektir. Kadınlar ise, özgür olma ve başarıma güduları ve daha çok da yetenekli olmalarına rağmen ilerleme ve daha üst yönetim kadrolarına getirilmemelerinin sonucunda hayal kırıklığı neticesinde girişimci olmaktadır [Arıkan, 2002: 226].

İşe başlama konusunda kadın ve erkek girişimciler benzerlik göstermektedirler. Her iki grup da atıldıkları konuya karşı güçlü ilgi duymakta ve tecrübe sahibi oldukları alanları tercih etmektedirler.

Erkek girişimcilerin ekonomik beklentilerinin, kadın girişimcilerin ise kişisel beklentilerinin ön planda olduğu, buna bağlı olarak da kadın girişimcilerin erkeklere nazaran daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duydukları belirlenmiştir [Ljunggren ve Kolvereid, 1996, Aktaran Kutanis, 2003:60]

Kadınlar, yaşadıkları hayal kırıklıkları neticesinde işten ayrılmaları ve tecrübe sahibi olmak yerine yeni atıldıkları işe büyük heyecan duymaları sebebiyle geçiş döneminde daha çok zorluk çekmektedirler.

Toplumda girişimci olan erkekler takdir edilirlerken, girişimci bir kadın, geleneksel, erkek-tanımlı kadın rolü nosyonuna uymadıkları için “olağandışı” görülebilirler [Goffe ve Scase, 1992: 70]

Kadın ve erkek girişimcilerin bir farklılığı da işe başlama noktasında duyulan finans kaynağı sıkıntısıdır. İşe başlama sermayesi olarak, erkek girişimciler kendi birikimleri yanında yatırımcı ve banka kredileri avantajlarını kullanırken, kadınlar daha çok kendi kişisel kaynakları, eş ve arkadaşlarının birikimlerinden yararlanmaktadırlar.

Mesleki açıdan da kadın ve erkek girişimciler arasında farklar bulunmaktadır. Erkekler iş konusunda daha yetenekli oldukları inancını taşımaktadırlar. Erkekler çoğunlukla imalat, finans ve teknik alanlarda tecrübe sahibiyken, kadınlar idari(yönetimle ilgili konular) konularda tecrübeye sahiptirler. Bu da onları eğitim ve perakende satış gibi faaliyet kollarına itmektir.

Kişilik olarak her iki girişimcide de benzer özellikler vardır. Her ikisi de enerjik, hedefe odaklı ve bağımsız olma eğilimi taşımaktadır. Erkekler kendilerine daha güvenli, daha az esnek ve kadınlara göre daha az toleransa sahiptirler. Smith tarafından San

Francisco' da 76 kadın girişimci üzerinde yapılan çalışmanın sonuçlarına göre kadınlar daha iyimser ve şartlara daha iyi uyum sağlayan bir karaktere sahiptirler.

Kadın ve erkek girişimcilerin demografik özellikleri de benzer niteliktedir. Örneğin, her iki grupta ailelerinin ilk çocuklarıdır ve yüksek öğrenim sahibidirler. Ancak bunların yanı sıra, ilk işlerini kurmaları bakımından kadınlar girişimciğe daha geç yaşta atılmaktadırlar. Yapılan araştırmalarda erkekler 25-30, bayanlar ise 35-40 yaşlarında girişimcilik faaliyetlerine başlamaktadırlar. Her iki grupta yüksek öğrenim mezunu olmalarına karşın, kadınlar daha çok sosyal bilimler alanlarından mezunken, erkekler daha çok işletme ve mühendislik mezunlarıdır.

Kadın ve erkek girişimcilerin destek grupları da farklılık göstermektedir. Erkekler eşlerinden önce profesyonel danışmanların örneğin; avukat ve muhasebecilerin kendilerine destek vermelerini isterken, kadınlar ise öncelikle eşlerinin, sonrasında arkadaşlarının ve meslektaşlarının kendisine destek olmalarını istemektedirler.

Yukarıda anlatılan belli karakteristik özellikleri bir tablo haline getirirsek;

**Tablo 6: Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karakteristikler Yönünden Karşılaştırılmaları**

ÖZELLİK	ERKEK GİRİŞİMCİLER	KADIN GİRİŞİMCİLER
Motivasyon* (Güdeleyici Faktör)	Kendini gerçekleştirme-bir şey ortaya koyabilmek için çaba.	Bir amaca yönelme ve bu uğurda çaba. Özgür olma, tek başına başarıma
Girişimde bulunma nedeni	Mevcut işten hoşnutsuzluk Bir yan iş(ikinci bir iş) veya öğrencilik sırasında çalışılan bir iş olma. İşten çıkarılma. Varlık sahibi olma-varlık devralma(miras, bağış vb.)	İşten soğuma Belli bir alana ilgi veya olanda fırsat yakalama. Kişisel koşullarda değişiklik.
Fon kaynakları	Kişisel varlık/birikim Banka kredileri Yatırımcı desteği Arkadaş/aileden alınan borçlar	Kişisel varlık/birikim Aile ve arkadaşlardan sağlanan borçlar
Mesleki Geçmişi	Çalıştığı işi nedeniyle edindiği deneyim. Konunun gerçek anlamda uzmanı olma veya o alanda yüksek düzeyde başarı elde etmiş olma. Belli işletmecilik alanlarında uzmanlık	Faaliyet alanındaki deneyim Alanında ortadüzey yönetici veya idari kademelerde deneyim sahibi olma Hizmette mesleki deneyim
Kişisel Karakteristikler	Kararlılık ve inançlılık Hedefe yönelme Yenilikçilik ve idealistlik Kendine aşırı güven Hevesli ve enerjetik olma Kendi kendinin patronu olma	Esnek ve toleranslı olma Hedefe yönelme Yaratıcılık ve gerçekçilik Orta düzey kendine güven Hevesli ve enerjetik olma Sosyal ve ekonomik çevre ile baş edebilme yetisi
Geçmiş yaşamı ile ilgili konular	Girişim yaşı: 25-35 Baba serbest meslek sahibi Üniversite öğrenimi almış İşletmecilik veya genelde mühendislik olan teknik bir alanda derecesi mevcut İlk çocuk olma	Girişim yaşı: 35-45 Baba serbest meslek sahibi Üniversite öğrenimi almış İşletmecilik veya sosyal bilimler alanında eğitim görmüş İlk çocuk olma
Destek olan gruplar	Arkadaşlar, profesyonel kişiler (avukatlar, muhasebeciler) İş ortakları/o alandaki kişiler Eş	Yakın arkadaşlar Eş Aile mensupları Kadın cemiyetleri Meslek grupları
Girişimin türü	İmalatçılık veya yapıcılık (inşaatçılık)	Hizmet alanındaki işler Eğitim hizmetleri Danışmanlık veya halkla ilişkiler

Kaynak: Hisrich Robert D. ve Micheal P. Peters, Entrepreneurship, Irwin McGraw-Hill Co. International Edition., 1998, s.79.

Her iki grup girişimci, karakteristikleri yönünden benzerlikler göstermekteyseler de özellikle, motivasyonları, iş becerileri ve mesleki deneyimleri arasında belli farklılıklar mevcuttur. Bu farklılıklarda kadının toplumundaki sosyo-kültürel yapısı içinde aldığı rolün bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır.



### 3. SAKARYA' DA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN SORUNLARININ İNCELENMESİ

#### 3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu çalışmanın konusu, kadın girişimcilerin sosyo-kültürel ve ekonomik profillerini sınırlı bir alan baz alarak değerlendirmek ve çıkan sonuçlar neticesinde Adapazarı il sınırları kadın girişimcilerin ilgili kriter profillerini ortaya koymaktır.

Günümüzde gelişmiş ülkelerde kadınlar geleneksel rollerden kaynaklanan bir çok sorunu çözmüş ve artık toplum içinde lider, yönetici, girişimci gibi daha üst düzey rollerin arayışı içinde girmiştir. Kadının kendi işini kurması, ekonomik konularda karar alma görevinde de başarılı olabileceğini göstermesi bakımından bir fırsattır ki, bu fırsat ücretli çalışan kadınların bile hiyerarşinin tepesine yani karar makamına ender ulaşmaları nedeniyle çok az karşılaşılan bir durumdur.

Hesaplanmış riskleri göze alabilme, bağımsızlığa düşkünlük, yaratıcı ve yenilikçi davranış gibi faktörlerden oluşan girişimcilik yeteneği, dünya da pek az ve sınırlı olan kaynaklardan biridir. İşte bu kıymetli kaynağın, nüfusun %50' sini oluşturan kadın da var olduğunu; geliştirip teşvik edilmemesi halinde tüm insanlık ve gelecek kuşaklar için de kayıp olacağı düşünülürse; bir an önce kadın girişimciliğine gereken önem ve destek verilmelidir.

Bu araştırma:

- Girişimci kadınların demografik ve genel özellikleri ile kadınları girişimciliğe motive eden faktörleri belirlemek
- Girişimci kadınların girişimcilikte başarılı olmak için gerekli gördükleri ön şartları saptamak,

- Araştırma sonuçlarına göre elde edilen temel bilgilerden yararlanarak girişimci kadınlara, potansiyel girişimcilere, kadın girişimciler noktasına ilgi duyan herkese yararlı olması amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

### 3.2. Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırma belli kısıtlar içinde yapılmıştır. Bu kısıtlardan en önemlisi, kadın girişimcilerin ATSO' ya kayıtlı olamaması ve ATSO' ya kayıtlı olarak alınan kadın girişimcilerin adetinin 7 olarak sınırlı kalmasıdır.

Bir diğer örneklem grubuna ulaşmak için başvurulan kurum Sakarya Esnaf ve Sanatkarlar Odası olmuştur. Fakat yine gerçek olmayan kayıtsal verilere ulaşılmıştır. Bu kayıtsal verilerin yanlışlığı anket güvenilirlik testi yapılırken ortaya çıkmış ve bu kayıtlar çerçevesinde de araştırmaya yn verilmemesi gerektiği saptanmıştır.

Bu iki kurumdan alınabilecek verilerdeki sınırlı ve yanlış veri kısıtları, birebir tanıdıklar ve çalışma bölgesi içine doğrudan girerek üçüncü kişiler kullanılarak aşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla örneklem grubu olarak 100 kadın girişimciye ulaşmak amaç edinilmiştir.

Kayıtsal olarak yanlış olan işletme sahiplerinin kadın olanlarına ulaşmak, gerek maddi gerekse manevi sıkıntılar doğurmuştur.

Ayrıca araştırma örnekleminden doğru verilere ulaşmak için anketler mümkün olduğunca birebir görüşülerek yapılmış ve konunun hiçbir şekilde vergi kurumlarıyla bağlantısı olmadığı anlatılmaya çalışılmıştır.

### 3.3. Araştırmanın Yöntemi ve Örnek Seçimi

Kayıtsal olarak yaşanan sıkıntılar göz önüne alınarak, birebir tanıdık olan ve üçüncü kişiler vasıtasıyla ulaşılan kadın girişimciler, örneklem grubumuzu oluşturmuştur.

Araştırma da girişimci olarak faaliyet gösteren kadınlara mümkün olduğunca doğrudan ulaşılmış ve elde edebilmek bilgilerin güvenilirliği açısından örneklem grubuyla birebir görüşülerek anket formlarının doldurulması yöntemi uygulanmıştır.

### 3.4. Araştırmanın Evreni

Araştırma evrenini, Adapazarı ve çevresi içinde faaliyet gösteren kadın girişimciler oluşturmaktadır. Fakat araştırma bölgesi içinde faaliyet gösteren bütün kadın girişimcilere tanıdıklar ve üçüncü kişiler tarafından ulaşmanın zorluğu dikkate alınarak, örneklem 100 kadın girişimci ile sınırlı tutulmuştur.

### 3.5. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışma bazı varsayımlar dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu varsayımlar;

*H1:* Evli olan kadın girişimcilerin eşlerinin mesleklerine bağlı olarak, girişim faaliyetlerine atılırken karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir fark vardır.

*H2:* Kadın girişimcilerin yaşları ile faaliyet alanları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

*H3:* Kadın girişimcilerin medeni durumları ile girişim faaliyetlerine başlama sebepleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

*H4:* Kadın girişimcilerin yaşları ile girişim faaliyetlerine başlama sebepleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

*H5:* Kadın girişimcilerin yaşları ile girişimciliği tercih edip-etmeme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.



H6: Kadın girişimcilerin yaşları ile girişimci olmak isteyen kadınlara verdikleri öneriler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Kadın girişimcilerin çocuk sayıları ile girişim faaliyetleri esnasında karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### **3.6. Veri Toplama Yöntem ve Araçları**

Araştırma verileri, araştırmacı tarafından hazırlanan anket formuna bağlı kalınarak, araştırma bölgesinde ulaşılan kadın girişimcilerin, yaklaşık % 80 gibi bir oranının iş yerlerine gidilerek yüz yüze yapılan görüşmeler sonucu toplanmıştır.

#### **3.6.1. Soru formunun hazırlanması**

Araştırma verilerinin toplanmasında Ek-2' deki soru formu kullanılmıştır. Soru formu denekler tarafından anlaşılabilir şekilde, konu ile ilgili kaynaklar ve daha önce yapılmış bazı araştırmalardan yararlanılarak düzenlenmiştir [Hisrich and Brush 1988, Collette and Aubry 1990, Çelebi 1993].

Soru formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, araştırma kapsamına alınan kadın girişimcilerin demografik yapılarını ölçmeğe ilişkin soruları; ikinci bölüm deneklerin girişim faaliyetlerine ilişkin verilerine ulaşmayı amaçlayan soruları; üçüncü bölüm deneklerin iş kurma nedenlerini etkileyen faktörlere ilişkin soruları ve son olarak da dördüncü bölüm, deneklerin girişimcilikte başarılı olmak için gerekli gördükleri unsurları analiz etmeye yarayan soruları içermektedir.

#### **3.6.2. Soru formunun uygulanması**

Hazırlanan soru formu öncelikle 10 kişilik bir ön araştırma grubuna tabi tutulmuştur. Bu ön araştırma da, açık uçlu sorulara verilen cevapların deneğin anlatmak istediği gibi

yorumlanamamasından duyulan kaygı ve hemen hemen % 50 gibi bir oranında görülen boş bırakma eğilimi sebebiyle bu sorular kapalı uçlu hale getirilmiştir.

Soru formlarının uygulanması sırasında, işyerinde o an için bulunmayan veya müsait olmayan deneklere anket formu bırakılmıştır ve belli bir süre sonra alınacağı söylenilmiştir. Fakat ne yazık ki, o süre çoğu zaman ortak kararlaştırılan süre olmamıştır. Ve bu şekildeki deneklere arada sıklıkla gidilmiş ancak üç-dört gün sonunda netice alınmıştır. Örneklem kısıtı sebebiyle, bir anketin veri değerleri, bu araştırma da çok önemli bir yer tutmuştur.

### **3.6.3. Verilerin Değerlendirilmesi**

Kadın girişimcilere uygulamış olduğumuz anket formları, bilgisayarda değerlendirmek üzere SPSS 10.0 veri analiz programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Değerlendirmeye tabi tutulan anket formlarının verilerinin değerlendirilmesi için, SPSS 10.0 programı kullanılmıştır. SPSS, adını “Statistical Package for Social Sciences” Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi ifadesinin ilk harflerinden oluşturulmuş olan bir istatistiksel analiz programıdır. Bu program işletme, ekonomi, sosyoloji, psikoloji ve pazarlama gibi bir çok alanda çeşitli amaçlar için yaygın olarak kullanılmaktadır. (Altunışık ve diğerleri, 2001, s:248)

Bilgisayara girilen verilerin, oransal yoğunlaşma dereceleri esas alınarak bu verilerin tablolaştırılması yapılmış ve buna dayalı olarak değerlendirmeler yapılmıştır.

Elde edilen bulgularla, farklı değişkenler arasında ilişki miktarı/derecesi belirlenmeye çalışılmıştır.

### 3.7. Araştırma Bulguları

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, girişimci kadınların demografik özellikleri ile ilgili bilgiler, girişimci kadınların girişim faaliyetleriyle ilgili bilgiler, girişimci kadınların iş kurma nedenlerini etkileyen unsurlara ilişkin bilgiler ve kadınların girişimcilikte başarılı olmak için gerekli gördükleri unsurlara ilişkin bilgiler olmak üzere dört bölümde incelenmiştir. İncelemeler de benzer özellik gösteren sorularda, Prof. Dr. Nilgün Çelebi tarafından gerçekleştirilen Türkiye’ de faaliyet gösteren kadın girişimcilere yönelik araştırma sonuçları ile yapılan araştırma sonuçları arasındaki önemli gördüğümüz verilerin uyum ve uyumsuzlukları karşılaştırılmıştır. Prof. Dr. Nilgün Çelebi, T.C Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu için hazırlanan bu raporda, 850 kişilik bir örneklem almış ve bunun 461 adetlik kısmı üç büyük kentte kalan 389 adet anket diğer kentlerde uygulanmıştır. İlgili alışma 1993 yılı kadın girişimcileri profilini çıkardığından aradan geçen süre de dikkate alınarak daha yapıcı sonuçlara ulaşılacağı düşünceyle, Türkiye bünyesinde yapılan bu çalışmadan yararlanmayı uygun görmekteyiz. Araştırmamız bünyesinde yine soru benzerliğı gösteren benzer çalışma bulgularından da yararlanılacaktır.

#### 3.7.1. Girişimci Kadınların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Bu bölümde, deneklerin; yaş, medeni durum, ocuk sayısı, doğıum yeri, öğrenim durumu, öğrenim durumuna bağılı olarak iş ile ilişkileri, kurs etkinlik faaliyetleri, evli deneklerin eşlerinin eğıitim durumu ve meslekleri, deneklerin ebeveynlerinin meslekleri, kardeş sayıları, kardeşlerle yaş sıralamadaki yerleri araştırma altına alınmıştır.

### 3.7.1.1. Deneklerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Tablo 7: Deneklere İlişkin Bilgiler

Bilgi	Gruplar	Frekans	Geçerli olan % değeri
Yaş Grupları	20'den küçük	1	1
	20-29 arası	34	34
	30-39 arası	33	33
	40 ve üstü	32	32
Medeni Hal	Evli	64	64
	Bekar	33	33
	Boşanmış	1	1
	Eşi Ölmüş	2	2
Çocuk Sayısı	Çocuksuz	36	36
	Tek çocuk	28	28
	İki çocuk	25	25
	Üç ve daha fazla	11	11
Doğum Yeri	Köy	14	14
	İlçe	34	34
	İl Merkezi	52	52
Öğrenim Durumu	İlkokul	19	19
	Ortaokul	17	17
	Meslek Lisesi	12	12
	Düz Lise	20	20
	Özel Lise	7	7
	Yüksek Okul	5	5
	Üniversite	19	19
	Cevapsız	1	1
Eşin Öğrenim Durumu	İlkokul	11	17,2
	Ortaokul	12	18,8
	Meslek Lisesi	7	10,9
	Düz Lise	14	21,9
	Özel Lise	2	3,1
	Yüksek Okul	5	7,8
	Üniversite	12	18,8
	Diğer	1	1,6
	Cevapsız	36	36
Kardeş Sayısı	Tek çocuk	2	2
	İki çocuk	14	14
	Üç çocuk	22	22
	Dört ve daha fazla	62	62
Kardeş Sıralamadaki Yeri	İlk çocuk	24	24
	İkinci Çocuk	33	33
	Üçüncü Çocuk	22	22
	Dördüncü ve daha fazlası	21	21

Tablo 7' de görüldüğü üzere, ankete katılan kadın girişimcilerin yaş gruplarına ilişkin sayılar ve yüzdeler verilmektedir. Bu tabloya göre, ankete katılan 100 kadın girişimciden; 1'i 20'den küçük ve genel içinde %1'lik bir orana sahip, 34 kadın girişimci 20-29 yaş arası ve % 34'lük bir orana sahip, 33 kadın girişimcinin %33'lük bir oran ile 30-39 yaş arası olduğu, 40 ve üstü yaş grubundan ankete 32 kişinin katıldığı ve bu sayının % 32 gibi bir orana sahip olduğudur. Burada dikkat çeken husus, 20 yaşından itibaren 40 ve üstü yaşlara eşite yakın oransal bir dağılım olduğudur. Prof. Dr. Nilgün Çelebi araştırmasında, % 23,4 gibi bir oranın 30 yaşın altında olduğunu üzerinedir. Adapazarı ve çevresi civarında yapılan çalışma da 30 yaşın altında kadın girişimcilerin oranı %36' dır. Bu sonuç genç nüfusunda bölgede girişimcilik faaliyetlerinde hızlı bir gelişme gösterdiği üzerinedir.

Tablo 7' de görüldüğü üzere, % 62' lik oran ile dört ve daha fazla kardeş oldukları dikkate değer bir veridir. Daha önce yapılan benzer çalışmalarda [Çelebi, 1993: 38], üç ve daha fazla kardeş sayısı % 53,3 gibi bir oran sergilerken, çalışmamızda üç ve daha fazla kardeş sayısı oranı % 84' e tekabül etmektedir. Bu durum bölgenin sosyo-kültürel yapısından kaynaklanan bir durum olarak yorumlanabilir.

Tablo 7' de görüldüğü üzere, kadın girişimcilerin % 33 gibi bir oranla ikinci çocuk, % 24'lük oranla ilk çocuk, % 22 üçüncü çocuk ve % 21 dördüncü ve daha fazlası şeklinde yer aldığını göstermektedir. Buradan, arada kalan kardeşlerin daha girişimci ruha sahip olduklarını söyleyebiliriz. Çünkü arada kalan kardeşler en az % 55 gibi bir orana sahiptir.

Araştırmaya katılan deneklerin %64' ü evli, % 33' ü bekar, % 1 boşanmış ve % 2 eşi ölmüş durumdadır. Bölgedeki girişimci kadınların çoğunun evli olduğu görülmektedir.

Tablo 7 ' da görüldüğü üzere, deneklerin % 36' sı çocuksuz, % 28' si tek çocuk, % 25'i iki çocuk ve % 11' i üç ve daha fazla çocuk sayısına sahiptir. Bu sonuç, daha önce yapılan araştırmalara nazaran genç girişimcilerde görülen artışla paralellik göstermektedir.

Araştırmaya katılan 64 denek evlilik durumları itibariyle eşlerinin eğitim durumlarıyla ilgili soruya verdikleri cevaplarda Tablo 7' da görüldüğü bir dağılım oluşturmuşlardır.

Evli olan 64 deneklerin eşleri, % 21,9 düz lise, % 18,8 ortaokul, % 18,8 üniversite, % 17,2 ilkokul, % 10,9 meslek lisesi, % 7,8 yüksekokul şeklinde dağılım göstermektedir. Sadece bir denek eşinin Hava Harp Okulu mezunu olduğunu belirtmiş ve sınıflandırmalar içine alınmamıştır.

Tablo 7'de görüldüğü üzere, deneklerin % 52'si il merkezi doğumlu, % 34'ü ilçe ve % 14'ü ise köy doğumludur. Deneklerin yarısından fazlasının il merkezi doğumlu olmalarının yapılan birebir görüşmelerde, pazarda tanınmamış olmak sorununu gidermek amaçlı olduğunu belirtilmiştir.

Tablo 7'de görüldüğü üzere, deneklerin % 19'u üniversite mezunu, % 20'si düz lise, % 19'u ilkokul, % 17'si ortaokul, % 12'si meslek lisesi, % 7'si özel lise, % 5'i yüksek okul ve bir denek diğer seçeneği altında öğrenim durumunu belirtmemiştir. Bu sonuçlardan, % 39 oran ile lise ve dengi okulların ilk sırada yer aldığı, % 36 ile ortaöğretimin ikinci sırada olduğu ve son olarak da yüksek öğrenimin sadece % 24 oranında kaldığıdır. Buna bağlı olarak, bölgedeki kadın girişimcilerin çoğununu orta düzeyde öğrenim gördüklerini göstermektedir.

### 3.7.1.2. Denek Eşlerinin Mesleğine İlişkin Bilgiler

**Tablo 8: Denek Eşlerinin Mesleğine Göre Dağılımı**

Meslek	Frekans	Geçerli olan % değeri
Vasıfsız işçi	2	3,1
Vasıflı işçi	4	6,3
Çiftçi	1	1,6
Orta düzey memur	12	18,8
Orta düzey ticaret	3	4,7
Esnaf	35	54,7
Sanayici, iş adamı	4	6,3
Diğer	3	4,7
TOPLAM	64	100,0
Cevapsız	36	
TOPLAM	100	

Tablo 8’ da görüldüğü üzere, 64 evli deneğin eşlerinin meslekleriyle ilgili sorulan soruya yukarıdaki dağılımda görüldüğü üzere cevap vermişlerdir. Denek eşlerinin % 54,7 esnaftır. Bu meslek, diğer meslekler içindeki en yüksek orana sahiptir. Sonrasında sırası ile orta düzey memur % 18,8, sanayici, işadamı % 6,3, vasıflı işçi % 3,1, orta düzey ticaret % 4,7, vasıfsız işçi % 3,1, çiftçi % 1,6’lık oranla belirlemektedir. Deneklerden sadece 3 tanesi eşlerinin emekli olduğunu belirtmiştir.

### 3.7.1.3. Deneklerin Baba Mesleğine İlişkin Bilgiler

**Tablo 9: Deneklerin Baba Mesleğine Göre Dağılımı**

Meslek	Frekans	Geçerli olan % değeri
Vasıfsız işçi	6	6,0
Vasıflı işçi	9	9,0
Çiftçi	9	9,0
Orta düzey memur	32	32,0
Orta düzey ticaret	7	7,0
Esnaf	28	28,0
Zanaatkar (küçük imalatçı)	4	4,0
Sanayici, iş adamı	2	2,0
Diğer	3	3,0
TOPLAM	100	100,0

Araştırmaya katılan deneklerin, % 32’ si babalarının orta düzey memur ( öğretmen, herhangi bir devlet kurumunda hizmet veren vb.) olduklarını belirtmişlerdir ki, bu en yüksek orandır. Yine arkasından % 28 oranında esnaf gelmektedir ki, bir çok araştırmanın -ailede girişimci bireyler varsa, o ailedeki bireylerde girişimcilik eğilimi daha yüksektir- tezini doğrulamaktadır. Orta düzey ticaret alanında faaliyet gösteren % 7, vasıfsız işçi % 6, vasıflı işçi % 9, çiftçi % 9, zanaatkar (küçük imalatçı) % 4, sanayici, işadamı % 2 ve emekli olarak belirtilen 3 denek cevap şıklarından diğer’ i işaretlemişler ve durumlarını belirtmişlerdir.

### 3.7.1.4. Deneklerin Anne Mesleğine İlişkin Bilgiler

**Tablo 10: Deneklerin Anne Mesleğine Göre Dağılımı**

Meslek	Frekans	Geçerli olan % değeri
Ev Hanımı	90	90,0
Vasıflı İşçi	1	1,0
Vasıfsız İşçi	0	0,0
Orta Düzey Memur	5	5,0
Üst Düzey Yönetici	0	0,0
Orta Düzey Ticaret	1	1,0
Esnaf	1	1,0
Zanaatkar (küçük imalatçı)	1	1,0
Sanayici, işkadını	1	1,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 10' de görüldüğü üzere, "Annenizin Mesleği?" sorusuna verilen cevaplara ilişkin sayılar ve yüzdeler verilmektedir. Bu tabloya göre, % 90 ev hanımı, % 5 orta düzey memur ve % 1'lik oranlarla esnaf, vasıflı işçi, orta düzey ticaret, zanaatkar(küçük imalatçı), sanayici, iş kadını izlemektedir. Genel içindeki oranlarla frekans değerleri aynı olduğundan ayrıca belirtmeye gerek görülmemiştir.

### 3.7.1.5. Meslek Lisesi Mezuniyet Bölümü-Faaliyet Alanı İlişkisi

**Tablo 11: Meslek Lisesi Mezuniyet Bölümü- Faaliyet Alanı İlişkisine Göre Dağılımı**

Meslek Lisesi Mezuniyeti	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	6	50,0
Hayır	6	50,0
TOPLAM	12	100,0
Cevapsız	88	
	100	



Tablo 7’ de görüldüğü üzere meslek lisesi mezunu olan 12 kişinin Tablo 11’ de mezuniyet alanlarıyla iş alanlarının ne derece uyum sergilediği ölçülmeye çalışılmıştır. 12 deneğin cevapladığı bu soruda, 6’ sı mesleğiyle mezuniyet durumunun ilişkili olduğunu, 6’ sı ise ilişkili olmadığı ifade etmişlerdir. Buradan deneklerin mezuniyet alanı ile iş alanlarının % 50 oranında uyumlu olduğunu söyleyebiliriz. Prof. Dr. Çelebi’ nin araştırmasında uyum oran % 52 olarak belirtilmektedir. Bu durum bizim çalışmamızla paralellik göstermektedir.

### 3.7.1.6. Üniversite Mezuniyet Bölümü- Faaliyet Alanı İlişkisi

**Tablo 12: Üniversite Mezuniyet Bölümü-Faaliyet Alanı İlişkisi**

Üniversite Mezuniyeti	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	16	84,2
Hayır	3	15,8
TOPLAM	19	100,0
Cevapsız	81	
	100	

Tablo 7’ de görüldüğü üzere deneklerden 19’ su üniversite mezunudur. Ve bu 19 deneğin cevapladığı soruda cevaplara ilişkin sayılar ve oranlar Tablo 12’ de belirtildiği gibidir. Tablo 12’ e göre, 16 denek mesleğinin mezuniyet alanıyla ilişkisi olduğunu ifade ederken, 3 denek mezuniyet alanıyla faaliyet alanının ilişkisi olmadığını belirtmiştir. Sayın Çelebi’ nin araştırmasında ilişki düzeyi % 40,2 olarak belirtilmektedir. Buradan bölgedeki üniversite mezunu kadınların mezuniyet alanlarıyla faaliyet gösterdikleri iş kolunun daha yüksek bir oranda % 84,2 düzeyinde ilişki gösterdiğini söyleyebiliriz.

### 3.7.1.7. Öğrenim Dışında Kurslara Katılım Oranı

**Tablo 13: Öğrenim Dışında Kurslara Katılımlara Göre Dağılım**

Kurslara Katılım	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	49	49,0
Hayır	51	51,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 13’de görüldüğü üzere, deneklere “ öğrenimiz dışında bitirdiğiniz ve uzun süre devam ettiğiniz bir kurs var mı? sorusu sorulmuş ve alınan cevaplara ilişkin sayılar ve yüzdeler belirtilmiştir. Bu tabloya göre, birbirine yakın oranlar göze çarpmaktadır. Deneklerden % 49’ su öğrenimleri dışında ve uzun süre devam ettikleri kurs sorusuna evet yanıtını vermişler ve bilgisayar, nakış, İngilizce, halk eğitim kursları vb. kurslara katıldıklarını, % 51’ i ise katılmadıklarını belirtmişlerdir.

### 3.7.2. Girişimci Kadınların Girişim Faaliyetlerine İlişkin Bilgiler

#### 3.7.2.1. Deneklerin Faaliyet Alanına İlişkin Bilgiler

**Tablo 14: Deneklerin Faaliyet Alanına Göre Dağılımı**

Faaliyet Alanı	Frekans	Geçerli olan % değeri
Ticaret	57	57,0
İmalat	21	21,0
Hizmet	22	22,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 14’ de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan deneklerin % 57’ si ticaret alanında faaliyet göstermektedir. Yine örnek alınan çalışmada [Çelebi, 1992:68], ticaret alanıyla ilgilenen denekler % 56,1’lik bir oran sergilemektedir. Bu durum bizim çalışmamızla birebir paralellik göstermektedir. Ticaret iş alanından sonra, %22’lik oran ile hizmet ve % 21’lik oran ile imalat gelmektedir. Çalışmamızda ticaret; tuhafiyeye, çiçekçi, kırtasiye, butik, bakkal vb. alım-satım işlerini, imalat; çeyiz eşya imalatı, takı- aksesuar imalatı, bayan terziliği vb. imalat işlerini, hizmet alanı ise; muhasebecilik, eczacı, muayenehanesi olan doktor, gazeteci, fotoğrafçı, kuaför vb. iş kollarını kapsamaktadır.

#### 3.7.2.2. Daha Önce Başka Bir İşte Çalışıp Çalışmama Durumu

**Tablo 15: Deneklerin Daha Önce Başka Bir İşte Çalışma veya Çalışmama Durumuna Göre Dağılımı**

Başka İş	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	49	49,0
Hayır	51	51,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 15’ de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan deneklerin girişimcilik faaliyetine başlamadan önce çalışıp çalışmama durumlarını göstermektedir. % 51’lik oran ile kadınların daha önce çalışmadıkları, % 49’luk oran ile kadınların daha önce başka bir iş alanında çalıştığı görülmektedir. Yine örnek çalışma da [Kutunis, 2003: 63], kadınların % 48,1 oranı ile girişimlerini kurmadan önce ev hanımı oldukları belirtilmiştir ki, bu da çalışmamızla paralellik içerisindedir.

### 3.7.2.3. Daha Önce Çalışılan Faaliyet Alanı

**Tablo 16:Deneklerin Daha Önce Çalışılan Faaliyet Alanına Göre Dağılımı**

Önceki İş Alanı	Frekans	Geçerli olan % değeri
Ticaret	10	20,4
İmalat	12	24,5
Hizmet	27	55,1
Toplam	49	100,0
Cevapsız	51	
TOPLAM	100	

Tablo 16’ de görüldüğü üzere, “Daha önce çalışılan faaliyet alanı” sorusuna verilen cevaplara ilişkin sayılar ve oranlar belirtilmiştir. Deneklerden % 51’ i daha önce çalışmadıklarını belirttikleri için bu soruyu cevaplamamışlardır. Daha önce çalıştıklarını belirten 49 kadın girişimcinin önceki faaliyet alanı, % 55,1 hizmet sektörü, % 20,4 ticaret sektörü, % 24,5 imalat sektörü olarak belirtilmiştir. Çalışma da, hizmet sektörü herhangi bir devlet kurumuna veya özel kuruma bağlı olarak çalışıp da hizmet veren denekleri de kapsamaktadır.

### 3.7.2.4. Deneklerin İş Yeri Kuruluş Tarihine İlişkin Bilgiler

**Tablo 17: Deneklerin İş Yeri Kuruluş Tarihine Göre Dağılımı**

Kuruluş Tarihi	Frekans	Geçerli olan % değeri
1970 öncesi	1	1,0
1970-1979 arası	2	2,0
1980-1989 arası	15	15,0
1990 ve sonrası	82	82,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 17’ de görüldüğü üzere, özellikle 1990 ve sonrası bölge de girişimcilik olgusu hızlı bir artış göstermiştir. 82 kadın girişimci iş yerlerini 1990 ve sonrası tarihlerde açtıklarını belirtmişlerdir. Yapılan birebir görüşmeler de, kadınların bölgede yaşanan depremden sonra çalışma hayatına girme konusunda çok aktif davrandıkları, gerek maddi gerekse manevi huzursuzluklarını gidermek amacıyla çalışma hayatına atıldıkları gözlenmiştir. Doğal afet gibi kötü sonuçlar doğuran üzücü bir olayın, sevindirici tek tarafının kadın girişimciliğini tetiklemesi olduğu aşikardır. 1990 ve sonrası kurulan iş yerlerinin % 82’lik oranından sonra, yine girişimciliğin 1980 sonrası ülkemizde artış gösterdiğini söyleyen başka bir rakam 1980-1989 arası % 15’lik genelden pay alırken, 1979 öncesi açılan işletme sayısı sadece % 3’lük bir pay ile sınırlı kalmıştır.

### 3.7.2.5. Deneklerin İş Yeri Kuruluş Sermayesini Teminlerine İlişkin Bilgiler

**Tablo 18: Deneklerin İş Yeri Kuruluş Sermayesi Teminlerine Göre Dağılımı**

Sermaye	Frekans	Geçerli olan % değeri
Kendi Birikimim	47	35,07
Ebeveynler ve Yakın Çevre	42	31,34
Eşimden	32	23,88
Banka	6	4,48
Devlet Teşviki	3	2,24
Diğer	4	2,99
TOPLAM	134	100,0

Deneklere “İş yeri kuruluş sermayesini nasıl temin ettiniz?” şeklinde sorulan soruya çoklu seçim yapabilecekleri söylenmiş ve Tablo 18 bu doğrultu da hazırlanmıştır. Tablo 25’ de görüldüğü üzere, kadın girişimcilerin 47’ si genelden alınan % 35,07’lik bir oranla kendi birikimleri olduğunu belirtmiştir. 42 kadın girişimci genelden alınan % 31,34’lik bir oranla ebeveynler ve yakın çevre’ yi oluşturmakta, eşimden % 23,88, banka % 4,48, devlet teşviki % 2,24 gibi oranlar kadın girişimcilerin diğer sermaye bulma yöntemleridir. Burada dikkati çeken husus, her 100 kadın girişimciden 89 tanesi kendi birikimleri ve ebeveynler-yakın çevreden maddi destek aldıklarını belirtmişlerdir. Yine örnek alınan çalışmada [Çelebi, 1993:60], kendi birikimleri % 20,6 ile ilk sırada,

% 18 ile ebeveynler ve yakın çevre ikinci kuruluş sermayesi temin etme yöntemi olarak seçilmiştir.

### 3.7.2.6. Deneklerin İş Yerindeki Pozisyonuna İlişkin Bilgiler

**Tablo 19: Deneklerin İş Yerindeki Pozisyonuna Göre Dağılım**

Pozisyon	Frekans	Geçerli olan % değeri
Kendi Hesabına (Eleman Yok)	47	47,0
İşveren	38	38,0
Ortaklık+Kendi Hesabına	8	8,0
Ortaklık+İşveren	7	7,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 19' da, "Bu iş yerinizdeki durumunuz nedir?" şeklinde sorulan soruya deneklerin verdikleri cevaplara ilişkin sayılar ve oranları gözükmemektedir. Kendi hesabına çalışan % 47, işveren pozisyonunda olan % 38, ortaklık+kendi hesabına % 8 ve ortaklık+ işveren % 7 olarak belirtilmiştir. Kadın girişimcilerin ağırlıklı olarak ticaret sektöründe çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda faaliyet gösterilen alan ile kendi hesabına çalışma uyum içerisindedir. Yine örnek alınan çalışmadaki oranlar, işveren % 48,1, kendi hesabına % 38,4 olarak belirtilmiş ve çalışmamızdaki oranlarla benzerlik göstermektedir. İşveren durumunun, Adapazarı ve çevresinde az olmasının sebebi bölgedeki talep koşulları ve imalat alanındaki kadın girişimcilerin yalnızca % 21 gibi bir oranı oluşturan azlığıdır. İmalat ve hizmet sektörlerinde ileriki yıllarda meydana gelebilecek artış, takdir edilir ki, kadın girişimcileri daha fazla işveren pozisyonuna sokacaktır.

### 3.7.2.7. Deneklerin İş Yerlerinde Çalışan Kişi Sayısı

**Tablo 20: Deneklerin İş Yerlerinde Çalışan Kişi Sayısına Göre Dağılımı**

Çalışan Kişi	Frekans	Geçerli olan % değeri
İşçi Yok	55	55,0
1-9 kişi	45	45,0
10-19 kişi	0	0,0
20 ve daha fazla	0	0,0
Toplam	100	100,0

Tablo 20' de görüldüğü üzere, "İş yerinizde çalışan kişi sayısı nedir?" sorusuna ait cevaplara ilişkin sayılar ve oranlar gözükmektedir. Araştırmaya katılan deneklerden 55 tanesi yanlarında işçi çalışmadıklarını belirtmişlerdir. Birebir yapılan görüşmelerde bu durum gözlenmiştir. 45 denek yanlarında 1-9 arasında kişi çalıştırdıklarını belirtmişlerdir. 10-19 kişi ve 20 ve daha fazla kişi çalıştıran denek araştırmamız içerisinde yer alamamıştır. Bu durum imalat ve hizmet sektöründen kadın girişimcilerin azlığı sebebiyle karşılaşılan bir durumdur. Adapazarı ve çevresinde imalat yapan kadınların çoğu zanaatkar(küçük imalatçı) olarak çalışmaktadır şeklinde de yorumlanabilir.

### 3.7.2.8. Deneklerin İş Yerinin Mülkiyet Durumu

**Tablo 21: Deneklerin İş Yerinin Mülkiyet Durumuna Göre Dağılımı**

Mülkiyet	Frekans	Geçerli olan % değeri
Kendi Mülküm	9	9,0
Kira	90	90,0
Ebeveyn/Akraba Mülkü (Kira verilmiyor)	1	1,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 21' de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan denekler " İş yerinizin mülkiyet durumu nedir?" sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin sayılar ve oranları gözükmektedir. Deneklerin 90 tanesi işyerlerinin kira olduklarını belirtmişlerdir ki, bu % 90 gibi bir orana tekabül etmektedir. Adapazarı ve civarında çalışan kadın girişimcilerin iş yerlerinin % 90' nı kiradır şeklinde yorumlanabilir. İş yerinin kendi mülkü olduğunu belirten 9 denek genelden % 9' luk bir pay almaktadır. Yine ebeveyn/akraba mülkünde çalışıp kira ödemediğini belirten sadece bir denek araştırma bünyesi içine katılmıştır. Bu durum genelden % 1' lik bir pay almaktadır.

### 3.7.2.9. Deneklerin İşlerini Kurarken Sorun Yaşama Durumu

**Tablo 22: Deneklerin İşlerini Kurarken Sorun Yaşama Durumuna Göre Dağılımı**

İş Kurma Sorunu Yaşama	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	61	61,0
Hayır	39	39,0
TOPLAM~	100	100,0

Tablo 22’ da görüldüğü üzere, deneklere ‘İşinizi kurarken sorunlarla karşılaştınız mı?’ sorusu sorulmuş ve verilen cevaplara bağlı olarak sayılar ve oranlar belirtilmiştir. Araştırmaya katılan deneklerden % 61’ i işletmeyi kurarken sorun yaşadığını, % 39’ u ise işletmeyi kurma aşamasında sorun yaşamadığını belirtmiştir.

### 3.7.2.10. Deneklerin İşlerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunlar

**Tablo 23: Deneklerin İşlerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunlara Göre Dağılımı**

Sorunlar	Frekans	Geçerli olan % değeri
Sermaye temini	44	26,19
İşyeri arama ve kiralama	34	20,24
Mal temini	26	15,48
Pazarda tanınmamış olmak	24	14,29
Uygun eleman temini	15	8,93
Bürokratik İşlemler	12	7,14
İş alanında deneyimsiz olmasından kaynaklanan sorunlar	8	4,76
Aile ile ilgili sorunlar	4	2,38
Diğer	1	0,60
TOPLAM	168	100,0
Cevapsız	39	
TOPLAM	207	

Tablo 23’ da görüldüğü üzere, araştırmaya katılan deneklere işlerini kurarken karşılaştıkları sorunlar sorulmuş verilen cevaplara bağlı olarak sayılar ve oranlar belirtilmiştir. Deneklere işletmeyi kurarken sorun yaşayıp yaşamadıklarını soran bir önceki soruya sorun yaşamadığını belirten 39 kişi bu soruyu cevaplamamıştır. Soruyu cevaplayan 61 deneğe yaşadıkları sorunlara bağlı olarak çoklu tercih yapabilecekleri söylenmiştir. Yapılan tercihlerle oluşan Tablo 23’ da göre, sermaye temini % 44’ lük oranla öncelikli sorun olarak görülmektedir. Yine örnek alınan çalışmada [Çelebi,

1993], araştırmadaki sorun ile örnek alınan araştırmadaki sorunlar benzerlik göstermektedir. Örnek alınan araştırmaya göre [Çelebi, 1993: 64]; sermaye temini % 45,3 ilk sorun, işyeri arama ve kiralama % 28,7 ile ikinci sorunu oluşturmaktadır. Bizim çalışmamızda da işyeri arama ve kiralama % 34' lük tercih oranıyla ikinci sorun olmuştur. Üçüncü sorun olarak, mal temini gelmektedir. 26 kişi mal temininden dolayı sorunlar yaşadığını belirtmiştir. Pazarda tanınmamış olmak % 24 tercih oranı ile dördüncü sıradaki sorun olarak belirtilmiştir. Uygun eleman temini % 15' lik tercih oranı beşinci sorun, bürokratik işlemler % 12' lik yüzde oranı ile altıncı sorun, iş alanında deneyimsiz olmalarından dolayı yaşadıkları sorunlar % 8' lik bir oranla yedinci sorun, aile ile ilgili yaşanan sorunlar % 4' lük bir oranla sekizinci sorun olarak belirtilmiştir. Deneklerden biri diğer seçeneği altında işyeri kuracağı alandaki diğer dükkan sahiplerinin ilk başta olumsuz tepkilerinden dolayı sorunlar yaşadığını belirtmiştir.

### 3.7.2.11. Deneklerin İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaştıkları Sorunlar

**Tablo 24: Deneklerin İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaştıkları Sorunlara Göre Dağılımı**

Sorunlar	Frekans	Geçerli olan % değeri
İşletmenin devamı ve büyümesi için gereken sermayenin temini	58	28,86
Ödeme ve senetler	38	18,91
Talep yetersizliği	33	16,42
Kalite ve ucuz hammadde/ mamül temini	31	15,42
Kalifiye eleman bulma güçlüğü	23	11,44
Bürokratik engeller	7	3,48
Organize olamama	4	1,99
Diğer	7	3,48
TOPLAM	201	100,0



Tablo 24’ de görüldüğü üzere, deneklere “ İşletmenizi kurduktan sonra ne gibi sorunlarla karşılaştınız?” sorusu sorulmuş ve verdikleri cevaplara ilişkin sayılar ve oranlar belirtilmiştir. Bu soruda deneklere karşılaşılan sorunların çokluk durumuna bağlı olarak çoklu seçim yapabilecekleri söylenmiştir. Deneklerden bazıları iki, üç veya daha fazla seçeneği işaretlerken soruyu cevaplama da kaçış noktası olmaması amacıyla şıklar içine koymadığımız sorunun yok seçeneği diğer seçeneği altında, 5 denek tarafından belirtilmiştir. Diğer şıkkı içinde yer alan 1 denek sigortacılık alanında faaliyet gösterdiğini belirtmiş ve sigortacılığın ülkemizde bir ihtiyaç olarak görülmemesinden dolayı yaşadığı sorundan bahsetmiştir. Yine diğer seçeneği içindeki 1 denek veresiye yaptığı satışların fazlalığından duyduğu sıkıntıları belirtmiştir. Araştırmaya katılan deneklerin işletme kurulduktan sonra en fazla yaşadıkları sorunun % 58’ lik bir oranla işletmenin büyümesi ve devamı için gereken sermaye ihtiyacını karşılayamadıklarından dolayı yaşadıkları sorunlar oluşturmuştur. Araştırma örnekleminde 58 kişi aynı sorunu yaşadıklarını belirtmişlerdir. Hemen arkasında ödeme ve senetler de yaşanan sıkıntılar % 38 oranında, talep yetersizliği % 33, kalite ve ucuz hammadde/mamül temini % 31, kalifiye eleman bulma güçlüğü % 23, bürokratik engeller % 7, organize olamama % 4 ve diğer % 7’ lik tercih nedenleriyle sıralamadaki yerlerini almışlardır. Genel içindeki oransal dağılımları yine tabloda belirtilmektedir. Organize olamama sorunu ortaklık şeklinde faaliyet gösteren işletmelerin azlığı ile doğru orantılıdır. Aynı şekilde işletmeyi kurarken karşılaşılan sorunlardan öncelikli tercih olarak belirtilen sermaye temini işletmenin kurulmasından sonra da ilk sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumu etkileyen bir çok neden olduğu düşüncesiyle araştırma içerisinde değinilmeyecektir.

### 3.7.2.12. Deneklerin İşlerini Kurma Aşamasında ve Sonrasında Kadın Olmalarından Dolayı Sorun Yaşayıp Yaşamama Durumu

**Tablo 25: Deneklerin İşlerini Kurma Aşamasında ve Sonrasında Kadın Olmalarından Dolayı Sorun Yaşayıp Yaşamama Durumuna Göre Dağılımı**

Kadın Olmaktan Kaynaklanan Sorun	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	13	13,0
Hayır	87	87,0
TOPLAM	100	100,0

Deneklere “İşinizi kurma aşamasında ve sonrasında kadın olmanızdan kaynaklanan sorunlarınız oldu mu?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 25’ deki gibi sayılar ve oranlarla belirtilmiştir. Deneklerin % 87’ si kadın olmalarından dolayı sorun yaşamadığını belirtirken, % 13’ ü kadın olmalarından dolayı sorun yaşadığını belirtmiştir. Bu durum Adapazarı ve çevresi açısından oldukça sevindirici bir durumdur. Çünkü genel ortalamaya bakıldığında bölgedeki kadınların en az % 90’ını Tablo 11’ de de görüldüğü üzere ev hanımıdır. Geriye kalan % 10’ luk kesimin iş hayatında ve özellikle girişimcilik noktasında sorun yaşamadığını belirtmesi oldukça sevindirici bir durumdur.

### 3.7.2.13. Deneklerin Girişimcilik Faaliyetlerinden Elde Ettikleri Gelir

**Tablo 26: Deneklerin Girişimcilik Faaliyetlerinden Elde Ettikleri Gelir**

Elde Edilen Gelir	Frekans	Geçerli olan % değeri
Yüzde 50’ den az	34	34,0
Yüzde 50’ den fazla	30	30,0
Yüzde 50 civarında	32	32,0
Diğer	4	4,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 26’ te görüldüğü üzere, deneklere “İşinizden elde ettiğiniz gelir evinizin toplam gelirinin yüzde kaçtır?” şeklinde bir soru sorulmuş ve alınan cevaplara bağlı olarak sayılar ve oranlar belirtilmektedir. Deneklerden 34 tanesi ev toplam gelirinin yüzde 50’ den az kısmını karşıladığını ve bu derece katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir. Oranlar birbirine yakın olduğu halde, yine de en çok tercih edilen seçenek yüzde 50’ den az seçeneği olmuştur.

Sonrasında % 32’ lik oranla ev gelirine katkısı yüzde 50 civarında ve % 30’ lik oranla ise ev gelirine katkı yüzde 50’ den fazla tercih edilmiştir. Genel anlamda bakacak olursak, ev gelirine yüzde 50 ve daha fazla katkıda bulunan deneklerin oranı % 62’ dir. 4 denek diğer seçeneğini işaretlemiş ve gelirleriyle ilgili hiçbir bilgi vermemişlerdir.

### 3.7.2.14. Deneklerin İş ile İlgili Kararları Nasıl Aldıkları Durumu

**Tablo 27: Deneklerin İş ile İlgili Kararları Nasıl Aldıkları Durumuna Göre Dağılımı**

Karar Alma	Frekans	Geçerli olan % değeri
Ortak karar	22	34,4
Dikkate alırım	11	17,2
Eşim karar verir	4	6,3
Kendim veririm	14	21,9
Dikkate almam	0	0,0
Önemli ise ortak	13	20,3
TOPLAM	64	100,0
Cevapsız	36	0,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 27’ de görüldüğü üzere, deneklere “İş ile ilgili karar vermeyi gerektiği durumlarda eşiniz ile ilişkiniz aşağıdakilerden hangisine uyar?” şeklinde bir soru sorulmuş ve alınan cevaplara bağlı olarak sayılar ve oranlar belirtilmiştir. Bu soruyu bekar olan 36 denek cevaplamamıştır. Evli olan 64 denek içinde iş ile ilgili kararları eşiyile ortak verenlerin oranı % 22, iş ile ilgili kararları kendim veririm diyenlerin oranı % 14, önemli ise ortak karar veririz diyenlerin oranı % 13, iş ile ilgili kararlarda eşimin fikrini dikkate alırım diyenlerin oranı % 11, kararları eşinin verdiğini belirten deneklerin oranı % 4 olarak belirtilmektedir. Eşimin fikrini iş ile ilgili konularda dikkate almam diyen denek olmamıştır. Burada dikkate alırım, önemli ise ortak ve kendim veririm seçeneklerinin oranı % 38’ dir. Bu durum kadın girişimcilerin iş ile ilgili konularda karar mekanizmalarının yoğunluklu kendilerinde olduğu gösteren bir durumu ifade eder.

### 3.7.3. Deneklerin İş Kurma Nedenlerin Etkileyen Unsurlara İlişkin Bilgiler

#### 3.7.3.1. İş Kurma Fikrinin Kim Tarafından Düşünüldüğüne İlişkin Bilgiler

**Tablo 28: Deneklerin İş Kurma Fikrinin Kim Tarafından Düşünüldüğüne İlişkin Dağılım**

Fikir Sahibi	Frekans	Geçerli olan % değeri
Kendim	58	58,0
Eşim	6	6,0
Kendim ve Eşim	20	20,0
Ebeveynler	13	13,0
Akrabalar	2	2,0
Arkadaşlar	1	1,0
Diğer	0	0,0
TOPLAM	100	100

Deneklere, “ İş kurma fikrini ilk olarak kim düşündü?” şeklinde bir soru sorulmuş ve alınan cevaplarla ilgili sayılar ve oranlar Tablo 28’ daki gibi belirtilmiştir. Tablo 28’ e göre, ilk iş fikrini düşünenler kadın girişimcilerin kendileri olmuştur. 100 kadın girişimciden 58 tanesi iş kurma fikrinin kendileri tarafından düşünüldüğünü belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin kendileri ve eşleri birlikte iş kurma fikrini düşünenlerin oranı % 20 ile ikinci sırada yer almaktadır. Genellikle bekar girişimciler tarafından tercih edilen ebeveynler seçeneği üçüncü sırada yer almakta ve oranı % 13’ tür. Sonrasında iş kurma fikrini eşinin düşündüğünü belirtenlerin oranı % 6, akrabalarının düşündüğünü belirtenlerin oranı % 2 ve arkadaşlarının düşündüğünü belirtenlerin oranı % 1 olarak belirtilmektedir. Oransal yoğunluğun iş kurma fikrini düşünmede çekirdek aile içinde olduğu aşikardır. Örnek alınan çalışmada [Çelebi, 1993: 39], % 61,8 oranında iş kurma fikrini ilk olarak kadın girişimcinin kendisinin düşündüğü belirtilmektedir ki, bu oran bizim çalışmamız ile paralellik göstermektedir.

### 3.7.3.2. Deneklerin İş Kurma Düşüncelerini Destekleyenlere İlişkin Bilgiler

**Tablo 29: Deneklerin İş Kurma Düşüncelerini Destekleyenlere İlişkin Dağılım**

Destek Olanlar	Frekans	Geçerli olan % değeri
Eşim	21	21,0
Çocuklarım	5	5,0
Ebeveynler	28	28,0
Akrabalar	2	2,0
Arkadaşlar	4	4,0
Hepsi	31	31,0
Hiçbiri	6	6,0
Diğer	3	3,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 29' da görüldüğü üzere, deneklere, "İş kurma düşüncesini kimler destekledi?" şeklinde yöneltilen soruya verilen cevaplarla ilişkili olarak frekans dağılımları ve oranları belirtilmektedir. Genellikle evli kadın girişimcilerin tercih ettiği hepsi seçeneği % 31' lik bir orana sahiptir. Bekar kadın girişimcilerin tercih ettiği ebeveynler % 28 tercih oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Yalnızca eşinden destek gördüğünü belirtenlerin oranı % 21' dir. Yalnızca çocuklarından destek görenler % 5, akrabalarından destek görenler % 4, arkadaşlarından destek görenler % 4, hiçbirinden destek görmediğini belirtenlerin oranı ise % 6' dır. 3 denek ilk iş kurma fikrini eşlerinin düşündüğünü ve kendilerinin destek olduğunu diğer seçeneği altında belirtmişlerdir.

### 3.7.3.3. Deneklerin İş Kurma Düşüncesine Karşı Çıkanlara İlişkin Bilgiler

**Tablo 30: Deneklerin İş Kurma Düşüncesine Karşı Çıkanlara İlişkin Dağılım**

Karşı Olanlar	Frekans	Geçerli olan % değeri
Eşim	5	5,0
Çocuklarım	1	1,0
Ebeveynler	3	3,0
Akrabalar	4	4,0
Arkadaşlar	1	1,0
Hepsi	0	0,0
Hiçbiri	85	85,0
Diğer	1	1,0
TOPLAM	100	100,0

Tablo 30' de görüldüğü üzere, deneklere "İş kurma düşüncesine kim karşı çıktı?" şeklinde yöneltilen soruya verilen cevaplara ilişkin frekans dağılımları ve oranları belirtilmiştir. Tablo 30' e göre, kadın girişimcilerin iş kurma düşüncesine karşı çıkılmadığı yönündeki hiçbiri seçeneği % 85' lik bir oranla kadın girişimcilerin girişimci olma noktasında çevrelerinden olumsuz şekilde etkilenmediklerini göstermektedir. Deneklerin iş kurma düşüncelerine karşı olan % 5 oranı ile eşleri, % 3 ile ebeveynler, % 4 ile akrabalar, % 1 çocuklar ve % 1 ile arkadaşları olmuştur. Örnek alınan çalışmada [Çelebi, 1993: 41], % 61,9 ile iş kurma düşüncesine karşı çıkan olmadı seçeneği ilk sırada, sonrasında eşinin karşı çıktığını belirtenlerin oranı % 5,6 ile ikinci sıradadır. Bu durum yaptığımız çalışmanın bölgede, Türkiye ortalamalarıyla da paralellik içinde olduğunu göstermektedir.

### 3.7.3.4. Deneklerin Neden Girişimcilik Faaliyetinde Bulduklarına Dair Bilgiler

**Tablo 31: Deneklerin Neden Girişimcilik Faaliyetinde Bulduklarına Dair Bilgiler**

Neden İşyeri Açtınız	Frekans	Geçerli olan % değeri
Ekonomik Bağımsızlık İçin	67	22,33
Aile İhtiyaçlarını Karşılama için	49	16,34
Mesleğimi Yapmak İçin	45	15,00
İdealimi gerçekleştirmek için	34	11,33
İş yaşamına atılmak için	33	11,0
Sosyal ilişkiler için	24	8,00
Zamanımı değerlendirmek için	20	6,67
Kendimi kanıtlamak için	12	4,0
Diğer insanlara faydalı olmak için	11	3,66
Diğer	5	1,67
TOPLAM	300	100

Tablo 31’ de görüldüğü üzere, deneklerin girişimci faaliyetlerde bulunma nedenlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Araştırmaya katılan deneklere, “Neden bir işyeri açmayı tercih ettiniz? Lütfen önem sırasına göre, 1,2,3 şeklinde belirtiniz” şeklinde sorulan soruya deneklerden kendileri için önemli gördükleri 3 şıkkı işaretlemeleri istenmiştir. Bunun sonucunda % 67’ lik bir oranla ekonomik bağımsızlık için seçeneği en çok tercih edilen seçenek olmuştur. % 49 ile aile ihtiyaçlarını karşılamak için, % 45 mesleğimi yapmak için, % 34 idealimi gerçekleştirmek için, % 33 iş yaşamına atılmak için, % 24 sosyal ilişkiler için, % 20 zamanımı değerlendirmek için, % 12 kendimi kanıtlamak için, % 11 diğer insanlara faydalı olmak için seçenekleri işaretlenmiş ve oransal dağılımlar belirtilen şekilde gerçekleşmiştir. Genelde oransal dağılımlar tabloda belirtildiği şekildedir. Genelde oransal dağılım içinde dikkati çeken bir husus, % 38,67 gibi bir oranla kadın girişimcilerin maddi sıkıntılar sebebiyle girişimciliğe başladıklarını göstermektedir. Bu durum araştırma bölgesinin daha önce yaşamış olduğu doğal afet sebebiyle ailelerde görülen maddi sıkıntılardaki artışla doğru orantılıdır.

### 3.7.3.5. Deneklerin Farklı Alternatifleri Olsaydı Yine de Girişimcilik Faaliyetinde Bulunup Bulunmama Durumlarına İlişkin Bilgiler

**Tablo 32: Deneklerin Girişimciliğe Yatkınlık Derecesine İlişkin Dağılım**

Tercih	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	83	83,0
Hayır	17	17,0
TOPLAM	100	100,0

Deneklere, “Girişimci olma haricinde farklı iş alternatifleriniz olsaydı, yine girişimci olmak olmayı mı tercih ederdiniz?” şeklinde sorulan soruya verilen cevaplara ilişkin frekans dağılımları ve oranları Tablo 32’ de belirtildiği gibidir. Bu soruya deneklerden % 83’ ü evet yanıtını verirken, % 17’ si hayır yanıtını vermiştir. Soruyu sormaktaki amaç, girişimci kişisel özellikleriyle kadın girişimcilerimizin ne kadar uyumlu olduğunu tespit etmektir. Yani girişimciliğe başka iş fırsatları karşlarına çıkmadığı için mi atıldılar yoksa isteyerek mi atıldılar sorularının cevabı aranmaktadır. Çünkü bölgede, düzenli bir işe yerleştirilmeyen evlatları için ebeveynlerinin tavrı “ bir dükkan açarız, oturur” mantığındadır. Anket içinde yer alan bu soru ile, merak edilen diğer sorulara cevap aranmıştır. Sonuçta, % 83 gibi bir oranla bölgedeki kadın girişimcilerin, girişimci kişilik özelliklerini taşıdıkları görülmektedir.

### 3.7.4. Deneklerin Girişimcilikte Başarılı Olmak İçin Öngördükleri Unsurlar

#### 3.7.4.1. Deneklerin Girişimcilik Faaliyetlerinde Kendilerini Başarılı Görüp Görmeme Durumları

**Tablo 33: Deneklerin Girişimcilik Faaliyetlerinde Kendilerini Başarılı Görüp Görmeme Durumlarına İlişkin Dağılım**

Başarılı Görme Durumu	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	89	89,9
Hayır	10	10,1
TOPLAM	99	100,0
Cevapsız	1	
TOPLAM	100	



Tablo 33' de görüldüğü üzere, deneklere “Kendinizi başarılı bir girişimci olarak değerlendirebilir misiniz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplara ilişkin frekans dağılımları ve oranları belirtilmektedir. Bu soruya deneklerden % 89' u evet yanıtını verirken, % 10' nu hayır yanıtını vermişlerdir. Bu durum bir önceki Tablo 32' da ki oranlarla paralellik göstermektedir. Bölgedeki kadın girişimcilerin yaklaşık değerlerle %10-15 gibi bir orana sahip olanları girişimciliği başka iş alternatifleri olmadığından dolayı tercih etmişler ve kişilik yapılarına uygun olmadığı düşüncesiyle başarılı olduklarını düşünmemektedirler. Talep koşullarını dikkate almayan, yenilikçi ve yaratıcı tutum içinde olmayan kadın girişimcilerin maddi sıkıntılar sebebiyle girişimciliğe devam ettikleri ve amaçlarının mevcut durumu devam ettirmek meylli olduğu söylenebilir.

#### 3.7.4.2. Deneklere Göre Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gerekli Bireysel Özelliklere İlişkin Bilgiler

**Tablo 34: Deneklere Göre Girişimcinin Sahip Olması Gerekli Bireysel Özelliklere İlişkin Dağılım**

Bireysel Özellikler	Frekans	Geçerli olan % değeri
Kendine güven ve cesaret	85	0,28
İletişim becerisi	42	0,14
Sabır ve Hoşgörü	40	0,13
Dürüstlük	31	0,10
Eğitim	25	0,08
Çalışkanlık	20	0,07
Risk Üstlenebilme	17	0,06
Deneyim	16	0,06
Hırs ve Kararlılık	14	0,05
Yönetim Becerisi	10	0,03
Diğer	0	0,0
Toplam	300	100

Araştırmaya katılan deneklere, “Sizce başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken en önemli bireysel özellikler nelerdir? Lütfen önem sırasına göre, 1,2,3 şeklinde belirtiniz” şeklinde sorulan soruya deneklerin verdikleri cevaplarla ilgili sayılar ve oranları Tablo 34’de belirtildiği şekildedir. Bu soruyla ilgili olarak deneklerden 3 şık işaretlenmesi istenmiş ve genel içindeki dağılımları bu çerçevede oluşturulmuştur. En çok tercih edilen seçenek, % 85’lik oranıyla kendine güven ve cesaret almaktadır. Sonrasında iletişim becerisi % 42, sabır ve hoşgörü % 40, dürüstlük % 31, eğitim % 25, çalışkanlık % 20, risk üstlenbilme % 17, deneyim % 16, hırs ve karalılık % 14, yönetim becerisi % 10 ile araştırma sorusu içerisinde yer olan diğer oranlardır.

### 3.7.4.3. Deneklerin Gelecek ile İlgili Planları İlişkin Bilgiler

**Tablo 35: Deneklerin Gelecek ile İlgili Planlarına İlişkin Dağılım**

Gelecek Planları	Frekans	Geçerli olan % değeri
İşi büyütmek	59	59,0
Kaliteyi arttırmak	6	6,0
Kârı arttırmak	10	10,0
Durumu devam ettirmek	16	16,0
Yapılan işi bırakma, devretme	6	6,0
Diğer	3	3,0
TOPLAM	100	100,0

Araştırmaya katılan deneklerin “gelecek ile ilgili planınız nedir?” sorusuna verdikleri cevaplar ve oranlar Tablo 35’ de görüldüğü gibidir. Tablo 35’ e göre, işi büyütmek % 59 tercih oranı ile ilk sırada yer almaktadır. Durumu devam ettirmek % 16, kârı arttırmak % 10, kaliteyi arttırmak % 6 oranları ile işi büyütmek tercihini izleyen diğer durumlardır. Yapılan işi bırakma ve devretme % 6’ lık bir orana sahiptir. İş bırakma, devretme dışındaki seçeneklerde görülen oranların yüksekliği bölgedeki girişimci kadınların ne kadar istikrarlı ve mücadeleci bir yapıda olduklarını göstermektedir. Araştırmaya katılan deneklerden sadece 3 tanesi şu an için bir plan yapmadıklarını belirtmişlerdir.

### 3.7.4.4. Deneklerin Talep Koşullarını Dikkate Alma Durumları

**Tablo 36: Deneklerin Talep Koşullarını Dikkate Alma Durumlarına İlişkin Dağılımı**

Talep Koşullarını Dikkate Alma	Frekans	Geçerli olan % değeri
Evet	97	97,0
Hayır	3	3,0
TOPLAM	100	100

Tablo 36’ de görüldüğü üzere, deneklere “Talep koşullarını dikkate alarak mamul ve hizmet çeşitlendirmesi yoluna gidiyor musunuz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplarla ilgili sayılar ve oranlar belirtilmiştir. Araştırmaya katılan deneklerden %97’ si yenilikçi ve takipçi bir yaklaşım içinde talep koşullarını dikkate aldıklarını, % 3’ ü ise talep koşullarını dikkate almadıklarını belirtmişlerdir.

### 3.7.4.5. Deneklerin Girişimci Olmak İsteyen Kadınlara Önerileri

**Tablo 37 : Deneklerin Girişimci Olmak İsteyen Kadınlara Önerilerine İlişkin Dağılım**

Öneriler	Frekans	Geçerli olan % değeri
Kendilerine Güvensinler ve Cesur Olsunlar	69	0,23
Deneyim Sahibi Oldukları işi yapsınlar	58	0,19
İşlerini Özenle Yapsınlar	49	0,16
Sevdikleri işi yapsınlar	43	0,14
Eğitim Aldıkları İş Yapsınlar	38	0,13
Bu dönemde sakın işyeri açmasınlar	20	0,07
İş kurmadan önce yapılabilirlik projelerinden yararlınsınlar	18	0,06
Diğer	5	0,02
TOPLAM	300	100

Tablo 37'e göre, deneklere "Girişimci olmak isteyen kadınlara vereceğiniz öneriler nelerdir? Lütfen önem sırasına göre; 1,2,3 şeklinde belirtiniz" sorusu sorulmuş ve alınan cevaplara ilişkin sayılar ve oranlar belirtilmektedir. Deneklerden kendilerince önemli gördükleri 3 seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Tablo 37' de de görüldüğü üzere, en öncelikli öneriyi % 69 oran ile yeni girişimcilerin kendilerine güvenmeleri ve cesur olmaları gerektiği almıştır. 100 kişiden 69 kişisi kendine güven ve cesur olma durumunu tercih etmiştir. Kendilerine güvensizler cesur olsunlar % 69 oranından sonra, deneyim sahibi oldukları işleri yapsınlar % 58 , işlerini özenle yapsınlar % 49 tercih oranlarıyla kümülatif toplamda bu üç seçenek % 58 gibi bir oran oluşturmuş ve her 100 kişiden 58' si öncelikli bu üç koşulu önermişlerdir. Sevdikleri işi yapsınlar % 43, eğitim aldıkları işi yapsınlar % 38, bu dönemde sakın işyeri açmasınlar % 20 ve son olarak da iş kurmadan önce yapılabilirlik projelerinden yararlansınlar % 18 oranları tercih edilen diğer önerilerdir.

**Tablo 38 : Denek Eşlerinin Mesleği ile Deneklerin İşletmeyi Kurarken Sorun Yaşayıp-Yaşamama Durumu**

Deneklerin İşletmeyi Kurarken Sorun Yaşayıp-Yaşamama Durumu	EŞİN MESLEĞİ				TOPLAM n=64		Asymp.Sig (2-sided)	P
	Girişimci Olan n=48		Girişimci Olmayan n=21		S	%		
	S	%	S	%				
Sorun Yaşayan	27	0,56	11	0,52	38	0,59	0,43	P>0,05
Sorun Yaşamayan	16	0,33	10	0,48	26	0,41		

Araştırmaya katılan deneklerin işlerini kurarken karşılaştıkları sorunlar ile eşin mesleğinin girişimci olmaması ve olmaması arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farkın olmadığı saptanmıştır(P>0,05).

**Tablo 39 : Denek Eşlerinin Mesleği ile Deneklerin İşlerini Kurarken Yaşadıkları Sorunlar**

Deneklerin İşlerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunlar	EŞİN MESLEĞİ				TOPLAM n=38		Asymp.Sig (2-sided)	P
	Girişimci Olan n=27		Girişimci Olmayan n=11		S	%		
	S	%	S	%				
Sermaye Temini	19	0,70	9	0,82	28	0,74	0,47	P>0,05
İşyeri arama ve kiralama	15	0,56	8	0,73	23	0,61	0,33	P>0,05
Mal temini	15	0,56	2	0,18	17	0,45	0,04	P<0,05
Pazarda tanınmamış olmak	7	0,26	7	0,64	14	0,37	0,03	P<0,05
Uygun eleman temini	5	0,19	4	0,36	9	0,24	0,24	P>0,05
Bürokratik engeller	3	0,11	4	0,36	7	0,18	0,07	P>0,05
İş alanında deneyimsizlik	4	0,15	1	0,09	5	0,13	0,64	P>0,05
Aile ile ilgili sorunlar	4	0,15	0	0,00	4	0,11	0,18	P>0,05

Tablo 38' de işletmeyi kurarken sorun yaşadığını belirten 38 denek üzerinde yapılan bu analizde, sorun yaşadığını belirten denekler ile eşin mesleği arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak eşin mesleğine bağlı olarak deneklerin mal temini sorunu arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir(P<0,05). Diğer karşılaşılan sorunlarla eşin mesleği arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır.

**Tablo 40 : Deneklerin Yaş Durumuna Göre Faaliyet Alanına İlişkin Dağılım**

Deneklerin Faaliyet Alanı	YAŞ DURUMU				TOPLAM n=100		Asymp.Sig (2-sided)	P
	30'dan küçük n=35		30 ve üstü n=65		S	%		
	S	%	S	%				
Ticaret	26	0,74	31	0,48	57	0,57	0,004	P<0,05
İmalat	1	0,03	20	0,31	21	0,21		
Hizmet	8	0,23	14	0,22	22	0,22		

Araştırmaya katılan deneklerin yaş durumu ile deneklerin faaliyet alanı arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan önemli olduğu saptanmıştır ( $P<0,05$ ).

**Tablo 41 : Deneklerin Medeni Durumları ile Girişimci Olma Sebeplerine İlişkin Dağılım**

Deneklerin Girişimci Olma Sebepleri	MEDENİ DURUM				TOPLAM n=100		Asymp.Sig (2-sided)	P
	Evli n=64		Bekar n=36		S	%		
	S	%	S	%				
Ekonomik Bağımsızlık İçin	42	0,66	25	0,69	67	0,67	0,70	$P>0,05$
Aile İhtiyaçlarını Karşılama için	39	0,61	10	0,28	49	0,49	0,00	$P<0,05$
Mesleğimi yapmak için	27	0,42	18	0,50	45	0,45	0,45	$P>0,05$
İdealimi gerçekleştirmek için	19	0,30	15	0,42	34	0,34	0,23	$P>0,05$
İş yaşamına atılmak için	20	0,31	13	0,36	33	0,33	0,62	$P>0,05$
Sosyal ilişkiler için	15	0,23	9	0,25	24	0,24	0,86	$P>0,05$
Zamanımı değerlendirmek için	11	0,17	9	0,25	20	0,20	0,35	$P>0,05$
Kendimi kanıtlamak için	9	0,14	3	0,08	12	0,12	0,40	$P>0,05$
Diğer insanlara faydalı olmak için	7	0,11	4	0,11	11	0,11	0,98	$P>0,05$

Araştırmaya katılan deneklerin medeni durumları ile deneklerin girişimci olma sebepleri arasındaki ilişkilerin, aile ihtiyaçlarını karşılama seçeneği hariç ( $P<0,05$ ), istatistiksel açıdan önemsiz olduğu saptanmıştır.

**Tablo 42 : Deneklerin Yaş Durumuna Göre Girişimci Olma Sebeplerine İlişkin Dağılım**

Deneklerin Girişimci Olma Sebepleri	YAŞ DURUMU				TOPLAM n=100		Asymp.Sig (2-sided)	P
	30'dan küçük n=35		30 ve üstü n=65		S	%		
	S	%	S	%				
Ekonomik Bağımsızlık için	22	0,63	45	0,69	67	0,67	0,52	P>0,05
Aile İhtiyaçlarını Karşılama için	9	0,26	40	0,62	49	0,49	0,00	P<0,05
Mesleğimi yapmak için	18	0,51	27	0,42	45	0,45	0,34	P>0,05
İdealimi gerçekleştirmek için	15	0,43	19	0,29	34	0,34	0,17	P>0,05
İş yaşamına atılmak için	14	0,40	19	0,29	33	0,33	0,28	P>0,05
Sosyal ilişkiler için	7	0,20	17	0,26	24	0,24	0,49	P>0,05
Zamanımı değerlendirmek için	8	0,23	12	0,18	20	0,20	0,60	P>0,05
Kendimi kanıtlamak için	6	0,17	6	0,09	12	0,12	0,25	P>0,05
Diğer insanlara faydalı olmak için	5	0,14	6	0,09	11	0,11	0,44	P>0,05

Araştırmaya katılan deneklerin girişimci olma sebepleri ile yaşları arasındaki ilişkinin, aile ihtiyaçlarını karşılama seçeneği hariç(P<0,05) istatistiksel açıdan önemsiz olduğu saptanmıştır. Yani aralarındaki ilişkide anlamlı bir farkın olmadığı saptanmıştır.

**Tablo 43: Deneklerin Yaş Durumuna Göre Girişimci Olmayı Tercih Sebeplerine İlişkin Dağılım**

Deneklerin Girişimci Olma Dışında Başka Bir İşe Bakış Açısı	YAŞ DURUMU				TOPLAM n=100		Asymp.Sig (2-sided)	P
	30'dan küçük n=35		30 ve üstü n=65		S	%		
	S	%	S	%				
Girişimciliği tercih ederim	25	0,71	58	0,89	83	0,83	0,02	P<0,05
Girişimciliği tercih etmem	10	0,29	7	0,11	17	0,17		

Araştırmaya katılan deneklerin yaş durumu ile girişimci olmayı tercih sebepleri arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı istatistiksel açıdan saptanmıştır (P<0,05).

**Tablo 44 : Deneklerin Yaş Durumu ile Deneklerin Girişimci Olmak İsteyen Kadınlara Önerilerine İlişkin Dağılım**

Deneklerin Girişimci Olmak İsteyen Kadınlara Önerileri	YAŞ DURUMU				TOPLAM n=100		Asymp.Sig (2-sided)	P
	30'dan küçük n=35		30 ve üstü n=65					
	S	%	S	%	S	%		
Kendilerine Güvensinler ve Cesur Olsunlar	24	0,69	45	0,69	69	0,69	0,95	P>0,05
Deneyim Sahibi Oldukları işi yapsınlar	19	0,54	39	0,60	58	0,58	0,58	P>0,05
İşlerini Özenle Yapsınlar	15	0,43	34	0,52	49	0,49	0,37	P>0,05
Sevdikleri işi yapsınlar	20	0,57	23	0,35	43	0,43	0,04	P<0,05
Eğitim Aldıkları İş Yapsınlar	16	0,46	22	0,34	38	0,38	0,24	P>0,05
Bu dönemde sakın işyeri açmasınlar	4	0,11	16	0,25	20	0,2	0,12	P>0,05
İş kurmadan önce yapılabilirlik projelerinden yararlınsınlar	5	0,14	13	0,20	18	0,18	0,48	P>0,05

Araştırmaya katılan deneklerin yaş durumları ile girişimci olmak isteyen kadınlara verdikleri öneriler arasındaki ilişkilerin, sevdikleri işi yapsınlar seçeneği hariç(P<0,05), istatistiksel açıdan anlamsız olduğu saptanmıştır.



**Tablo 45 : Deneklerin Çocuk Sayısı ile Deneklerin İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Dağılım**

Deneklerin İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaştıkları Sorunlar	DENEKLERİN ÇOCUK SAYISI						TOPLAM n=100		Asymp .Sig (2- sided)	P
	Çocuksuz n=36		1 veya 2 Çocuk n=53		3 ve daha fazla n: 11					
	S	%	S	%	S	%	S	%		
İşletmenin devamı ve büyümesi için sermaye temini	21	0,58	27	0,51	10	0,91	58	0,58	0,05	P<=0,05
Kaliteli ve ucuz hammadde temini	8	0,22	19	0,36	4	0,36	31	0,31	0,36	P>0,05
Talep yetersizliği	12	0,33	20	0,38	1	0,09	33	0,33	0,18	P>0,05
Bürokratik engeller	4	0,11	2	0,04	1	0,09	7	0,07	0,40	P>0,05
Ödeme ve senetler	10	0,28	24	0,45	4	0,36	38	0,38	0,25	P>0,05

Araştırmaya katılan deneklerin çocuk sayısı ile deneklerin işletmeyi kurduktan sonra karşılaştıkları sorunlar arasında istatistiksel açıdan, işletmenin devamı ve büyümesi için gereken sermayenin temini seçeneği hariç ( $P \leq 0,05$ ), anlamlı farkın olmadığı saptanmıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Adapazarı ve çevresi araştırma bölgesi olarak seçilen bu çalışmada, kadın girişimcilerin demografik ve girişimcilik özellikleri araştırılmış, kadın girişimcileri girişimciliğe motive eden faktörler belirlenmiş, girişimcilik faaliyetlerine başlarken ve iş yerleri kurulduktan sonra yaşadıkları sorunlar tespit edilmiş, kadın olmalarından dolayı iş hayatında sorun yaşama dereceleri ölçülmüş ve kadın girişimcilerin başarılı bir girişimcide olması gereken özellikleri, gelecek ile ilgili planları ve yeni girişimcilik faaliyetine başlayan kadınlara önerilerine yer verilmiştir. Araştırma sonuçları daha önceden yapılan geniş kapsamlı akademik ve kurumsal bünyedeki raporlarla uyumlu bir yapı arzetsede genele uyarılama noktasında yetersiz kalabileceği unutulmamalıdır. Bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomik yapısıyla bu ve buna benzer çalışmaların farklı sonuçlar doğurması doğal bir sonuçtur.

Çalışmada kapsamında elde edilen sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

- Girişimci kadınlar 20 ve yukarısı yaşlarda girişimcilik noktasında eşite yakın oransal bir dağılım göstermekte, belli bir yaş grubu ön plana çıkmamaktadır. Diğer çalışmalara nazaran Adapazarı ve çevresinde genç kadın girişimcilerin varlığı dikkat çekicidir.
- Araştırmaya katılan deneklerin % 64' ü evli ve % 36' sı çocuk sahibi değildir.
- Denekler çoğunluğu % 52 ile il merkezi doğumludur.
- Benzer çalışmalarda yüksek okul ve üniversite mezunlarında görülen girişimcilik faaliyeti daha ağır basarken, bizim çalışmamızda öğrenim düzeyi ağırlıklı lise seviyesinde kalmış ve % 39 ile ilk sırada seyir etmektedir.
- Meslek lisesi mezuniyeti ile çalışılan faaliyet dalı yarı yarıya uyumlu bir yapı göstermektedir. Yani meslek lisesindeki alanıyla iş faaliyetindeki alanı arasındaki uyum, meslek lisesindeki alanıyla iş faaliyetindeki uyumsuzluğa eşittir.
- Üniversite mezuniyeti alanıyla iş faaliyetindeki alanı uyumlu bir yapı göstermektedir.
- Deneklerin % 49' su öğrenimleri dışında herhangi bir kursa devam ettiklerini belirtmişlerdir.
- Denek eşleri genel içinde % 23' lük bir payla lise mezunudur.
- Denek eşlerinin ve babalarının ağırlıklı esnaf ve orta düzey ticaret alanında faaliyet gösterdikleri saptanmıştır.

- Denek eşlerinin anneleri % 90 oranıyla ev hanımıdır.
- Denekler % 62 ile kendileri dahil dört ve daha fazla sayıda kardeşe sahiptirler ve aradaki çocuk olma % 55 daha fazla girişimcilik özelliği göstermiştir.
- Deneklerin % 57' si ticaret alanında faaliyet göstermektedir ve daha önce hiçbir işte çalışmadıklarını belirten denek sayısı 51' dir. Daha önce çalıştıklarını belirten 49 denek ağırlıklı hizmet sektöründe çalışmışlardır.
- Deneklerin iş yerlerinin kuruluş tarihi 1990 ve sonrasında % 82'lik bir payla ilk sıradadır.
- Denekler iş yeri kuruluş sermayelerini ağırlıklı olarak kendi birikimlerinden (% 47) ve ebeveynlerinden (% 42) sağlamışlardır.
- Deneklerin % 55' si kendi hesabına ve ortaklık+kendi hesabına çalışmakta ve işçi çalıştırmamaktadır.
- Deneklerin çoğunun (% 90) iş yerleri kiradır.
- Denekler, işlerini kurarken en çok sermaye temini sorunu (% 44) ile karşılaşmıştır.
- Denekler, işletmelerini kurduktan sonra, işletmenin büyümesi ve devamı için gereken sermayenin temininde (% 58) zorlandıklarını belirtmişlerdir.
- Denek kadın girişimcilerin % 62'si girişimcilik faaliyetlerinden elde ettikleri gelir ile, evin toplam gelirinin en az yarısını karşılar durumdadır. Bu durum bölge açısından önemli bir veri oluşturmaktadır.
- Denek kadın girişimcilerin iş ile ilgili kararlarda ağırlıklı olarak (% 22) eşleriyle beraber ortak karar verdikleri saptanmıştır.
- Girişimci kadınların % 87' si kadın olmalarından dolayı, girişimcilik faaliyetlerini kurarken ve sonrasında sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir.
- Girişimci kadınlarda ağırlıklı olarak iş kurma fikri öncelikle kendilerinden (% 58) gelmektedir.
- Kadın girişimcileri, girişimcilik faaliyetlerine atılırken ağırlıklı olarak aileleri (% 28) desteklemektedir.
- Kadın girişimcilerin çoğu (% 85) iş kurma fikirlerine hiç kimsenin karşı çıkmadığını belirtmişlerdir.
- Girişimci kadınların çoğu, ekonomik bağımsızlık (% 67) ve aile ihtiyaçlarını karşılamak için (% 49) girişim faaliyetlerine başlamışlardır.

-Kadın girişimcilerin çoğu, farklı iş alternatifleri olsa da yine girişimciliği tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Bu durum deneklerin girişimci kişilik özelliklerini taşıdıklarını göstermektedir.

-Deneklerin çoğu (% 89), girişimcilik faaliyetlerinde kendilerini başarılı olarak görmektedir.

-Deneklerin çoğu (% 85), başarılı bir girişimcinin kendine güven ve cesâret özelliğine sahip olması gerektiğini belirtmişlerdir.

-Deneklerin % 97' si talep koşullarını dikkate aldıklarını belirtmişlerdir.

-Deneklerin çoğu (%59), gelecek ile ilgili planının işi büyütme olduğunu belirtmiştir.

-Deneklerin çoğu (%69), girişimci olmak isteyen kadınlara kendilerine güvenmeleri ve cesur olmaları gerektiği önerisinde bulunmuşlardır.

-Deneklerin işyerlerini kurarken karşılaştıkları sorunlar ile denek eşlerinin mesleği arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır ( $P>0,05$ ).

-İşletmeyi kurarken sorun yaşadığını belirten 38 denek üzerinden yapılan ikinci bir analiz sonucunda, işletmeyi kurarken karşılaşılan mal temini sorunu ile eşin mesleği arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür ( $P<0,05$ ).

-Deneklerin faaliyet alanı ile yaşları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır ( $P<0,05$ ).

-Deneklerin medeni durumları ile aile ihtiyaçlarını karşılamak için girişimci olmayı tercih etmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $P<0,05$ ).

-Deneklerin yaş durumu ile aile ihtiyaçlarını karşılama arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $P<0,05$ ).

-Deneklerin yaşları ile girişimciliği başka bir iş alternatifine tercih etme-etmeme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $P<0,05$ ).

-Deneklerin yaşları ile diğer kadın girişimci adaylarına sevdikleri işi yapmaları noktasındaki önerileri arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $P<0,05$ ).

-Deneklerin çocuk sayısı ile işletmenin devamı ve büyümesi için gereken sermayenin temini konusundaki sorun arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır ( $P<0,05$ ).

Ülkemizde nüfusun yüzde 49,5' si kadınlardan oluşmaktadır. Bunların sadece yüzde 5,3' ü girişimcidir ve yüzde 56' sı okur yazardır. Kadın ile erkek girişimciler arasındaki fırsat eşitliğini güçlendirmek ve onların ekonomiye olan katkılarını arttırmak için, yeni

iş kurmayı ve serbest çalışmayı isteyen kadınların önlerindeki engellerin kaldırılması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında sunulan öneriler;

-Kadın girişimcilerin iş kurmadaki karşılaştıkları en büyük sorun sermaye teminidir. Bunun önüne geçmek için kadın girişimciliğini engelleyen kredi koşullarının kolaylaştırılması, kredi miktarlarının sembolik olmaktan çıkarılması, faizlerin düşük tutulması, teminat koşullarının hafifletilmesi, kredi verilecek alanların sınırlandırılmaması, bireysel yanında grup kredilerinin de verilmesi gerektiği,

-Eğitim kurumlarının özellikle meslek liselerinin geleneksel kadın rollerine uygun mesleklere hazırlayan programları değiştirilmeli ve kadınlara yetenek ve yaratıcılık geliştirici, bağımsız olmaya özendirici, özgüvenlerini arttırıcı özellikler kazandıracak şekle getirilmelidir.

-İş kurmak isteyen kadınlara, resmi işlemler, kredi sağlama yolları, piyasa koşulları hakkında bilgilendirici destek ve rehberlik hizmetleri verecek kuruluşlar oluşturulmalıdır.

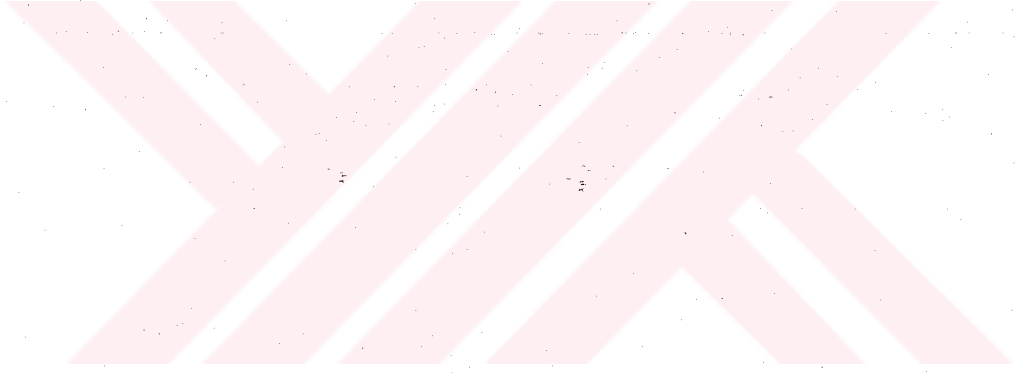
-Kadın girişimcilere işletmecilik ve yöneticilik gibi konularla ilgili eğitim programları düzenlenmelidir.

-Ortaöğretim ve lise dengi okullarda seçmeli de olsa ticaret, hizmet, imalat alanlarıyla ilgili dersler verilebilir.

-Kadınlara kendilerine güvenmelerini sağlamak ve aile içinde ezilmelerini engellemek amacıyla başarılı kadın girişimcilerden örneklere görsel ve yazılı basında sıkça yer verilmesi gerekmektedir.

Bu önerilerin yanı sıra, bu araştırma belli bir bölgede ve sınırlı sayıda kadın girişimci üzerine yapılmış bir pilot çalışma niteliğindedir. Türkiye genelinde kadın girişimciler noktasında elde edilen araştırma bulguları takdir edilir ki, yetersiz kalmaktadır. Farklı

bölgelerde yapılacak diğer çalışmalar genelleme açısından daha anlamlı sonuçlar verecektir. Araştırma yapılan bölgelerde belli bir zaman dilimi sonunda yapılacak yeni çalışmalara da, kadın girişimcilerin süreç içerisindeki konum değişimlerini ölçme açısından yer verilmesi gerekmektedir.



## KAYNAKLAR

### KİTAPLAR

**ARIKAN, Semra**, Girişimcilik, Siyasal Kitabevi, Ankara-2002.

**BUĞRA, Ayşe**, Devlet ve İşadamları, İletişim Yayınları, İstanbul -1995.

**CAN, Halil**, Organizasyon ve Yönetim, Siyasal Kitabevi, Ankara-2002.

**COLLERETTE, P. and AUBRY, P.**, Socio-economic evolution of women business owners in Quebec (1987), Journal of Business Ethics, 9(4-5)-1990.

**CELEBİ, Nilgün**, Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri, T.C. Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Yayınları, Türk Tarih Kurumu Basımevi, ss 1-242, Ankara-1993.

**CELEBİ, Nilgün**, Turizm Sektöründe Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Örgütlerinde Kadın Girişimciler, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara-1997.

**ÇELİK, Adnan, Tahir AKGEMCİ**, Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Nobel Yayın Dağıtım, Konya-1998.

**ÇETİN, Canan**, Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi, Der Yayınları, İstanbul-1996.

**ÇOŞKUN, Recai**, Sakarya Üniversitesi, İİBF, İşletme Ders Notları, Sakarya-2004.

**DİNÇER, Ömer**, Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul-1998.

**DRUCKER, Peter F.**, 21. Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları, Epsilon Yayınları, İstanbul-1999.

**ERDOĞMUŞ, Nihat**, Aile İşletmeleri ve İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi, İGİAD, İstanbul-2004.

**EREN, Erol**, Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul-2002.

**EREN, Erol**, , Yönetim ve Organizasyon, Beta Basım Yayım, İstanbul-1998.

**EROĞLU, Feyzullah**, Davranış Bilimleri, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul-1996.

**GERBER, Michael E.**; Girişimcilik Tutkusu, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1997.

**GOFFE, R. and SCASE, R. 1982**, Kadınlar İş Başında, Kadın Girişimcilerin Deneyimleri, Çeviren A. Fethi, İstanbul-1992.

**GOFFE, R. and SCASE, R.**, The Social Analysis of Small Bushess, Entrepreneurship in Europe, Croom Helm Publishers Ltd. USA-1987

**GÜROL, Ali**, Türkiye' de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi, Atılım Yayınları, Ankara-2000.

**HARPER, M.**, Enterprising Women, Getting Down to Business. A Manual for training businesswomen. Intermediate Tecnology Publications, 1992.

**HISRICH R. D. and Brush C. G.**, The Women Entrepreneur, Starting Francing and Managing a Successful New Business, Lexington Books D.C. Heath and Company, Toronto-1986.



**HISRICH R.D. and Brush, C.G.**, Woman Entrepreneurs: Problems and Opportunities, Grennwood Press, New York-1988

**HISRICH, Robert D, Michael P. PETERS**, Entrepreneurship, Starting Developing and Managing a New Enterprise, USA-1989.

**HISRICH, Robert D, Michael P. PETERS**, Entrepreneurship, McGraw-Hill Irwin, Fifth Edition, USA-2002.

**KOÇEL, Tamer**, İşletme Yöneticiliği, Beta Yayınevi, İstanbul-1999.

**KÖKNEL, Özcan**, Kaygıdan Mutluluğa Kişilik, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul-1982.

**KURATKO, Donald, Richard M. HOGGETTS**, Entrepreneurship, Third Edition, The Dryden Press, Orlanda, 1995.

**LONGENECKER, Justin G, Carlos W. MOORE, J. William PETTY**, Small Business Management, Tenth Edition, South-Western College Publishing, Ohio, 1997.

**MİNİBAŞ, Türkel**, Kadınların Gündemi, ,1. Baskı: Say Yayınları, Ankara-1997

**MORTAN, Kenan**; Uygarlığı Yoğuranlar Türkiye İşletmecilik Tarihine Giriş, Biar Yayınları, Ankara -1991.

**MÜFTÜOĞLU, M. Tamer**, İşletme İktisadı, Turhan Kitabevi, Ankara -1994.

**MÜFTÜOĞLU, M. Tamer**, Girişimcilik, T.C. Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, Eskişehir-1997

**MÜFTÜOĞLU, M. Tamer**, Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Turhan Kitabevi, Ankara-1998.

**OĞUZ, Ayhan**, Müteşebbislik, MEB Yayınları, İstanbul-1989.

**ONURAL, C.**, Girişimci Kadın ve Yöneticilik, Genel Sorunlar ve Çözüm Önerileri, N. Arat (Editör), Türkiye' de Kadın Girişimcilik, TES-AR Yayınları, No: 7, ss. 25-41, Ankara-1993.

**ÖZEL, Mustafa**, Birey, Burjuva ve Zengin, İz Yayıncılık, İstanbul-1994.

**PEGGY A. Lambing ve Charles KUEHL**, Entrepreneurship, USA-1997,

**ROBERT GOFFE, Richard SCASE**, Kadınlar İş Başında: Kadın Girişimcilerin Deneyimleri, ET Yayınları, Ekim 1992.

**TEKELİ, S.**, Birinci ve İkinci Dalga Feminist Hareketlerin Karşılaştırılmalı İncelenmesi Üzerine Bir Deneme, 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler İçinde, Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul 1998.

**TEKİN, Mahmut**, Girişimcilik, Damla Ofset, Konya-1999.

**TİTİZ, Tınaz**, Genç Girişimcilere Öneriler, İnkilap Yayınevi, İstanbul-1994.

**TÜRKEL, Asuman Uluçmar**, İşletme Yöneticilerinin Davranışlarına Yön Veren Hakim Kişilik Faktörleri İle Yönetimsel Davranış Arasındaki İlişkiler Ve Uygulama, Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Döner Sermaye İşl. Matbaası, İstanbul-1992.

**ZEYTİN, Erol**, Genel İktisat, İstanbul Üniversitesi İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, İstanbul-1972.

## MAKALELER

- ALADA, A. Dinç**, İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi No: 23, Ekim 2001.
- ANTONCIC, Boštjan, Robert D. HISRIC**, “Clarifying the Intrapreneurship Concept”, Journal of Small Business and Enterprise Development, Volume 10, Number 1, 2003, pp. 7-24.
- AKINCI, Ayşehan**, “Mersin’ de Kadın Girişimciler İçin Yapılan Çalışmanın Sonucu: Cesur, hırslı, kendine güvenli”, Kadınlar Dünyası, Sayı: 12, Eylül 2000.
- AKINCI, Ayşehan**, “Mersindeki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Önerileri” 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 22-24 Mayıs-Afyon, 2003, ss. 71-89.
- BATSTONE, Stephen, John, PHEHY**, “Entrepreneurship and decision making: the contribution of G.L.S. Shackle”, International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, Volume 2, 1996, pp. 34-35
- COX, Charles, Reg JENNINGS**, The Foundations Of Success: The Development And Characteristics Of British Entrepreneurs And Intrapreneurs, Leadership & Organization Development Journal, Vol. 16, No. 7, 1995, pp. 4-9.
- ÇAKIR, Serpil**, “Osmanlı’dan Bugüne Türk Kadını”, Milliyet, 8 Mart 1996.
- ECEVİT, Yıldız**, “Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, 25 Mayıs 1993.
- ECEVİT, Yıldız**, “Türkiye’ de Kadın İşgücünün Marjinalliği”, Bülten, Türk Demokrasi Vakfı Yayını, Sayı 11, Nisan 1992.

**ECEVİT, Yıldız**, “Türkiye Sanayinde Kadın İşgücü: Saptamalar ve Öneriler”, Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Kadın ve Sosyo-ekonomik Gelişme, Ankara 1992.

**ERDEM, Ferda, Nuray ATSAN, Beykan ÇİZEL, Kadriye KARAKAŞ**, “The Role Of Gender on Risk Taking Propensity and Tolerance for Ambiguity as Entrepreneurial Attributes”, Eleventh World Business Congress Proceedings, July 10-14, 2002, ss. 627-632.

**EROĞLU, Feyzullah, Ayşe İRMİŞ, İbrahim AKSEL**, “ Girişimcilerin İşletmelerin Gelişmesinde Etkili ve Engelleyci Olarak Gördüğü Faktörler: Denizli Örneği” 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 22-24 Mayıs-Afyon 2003.

**ERDOĞMUŞ, Nihat**, “Otobiyografilerin Analizi Yoluyla Girişimci İşadamlarının Kariyer Gelişimi Hakkında Bir İnceleme”, Erciyes Üniversitesi 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 2002, ss. 95-108.

**EROL, Metin**, “Bir Üretim Faktörü Olarak Girişimcinin, Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkilerinin Sosyal-Kültürel Boyutu”, Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sivas 1997.

**ERTÜBEY, Neşe Özgen**, “Modernleşmeci Ölçütlerle Girişimci Kavramı”, Ege Üniversitesi Yayınları, İzmir 1992.

**ERTÜBEY, Neşe Özgen**, “Girişimcilik Kavramı ve Modernleşmeci Kuramlardaki Yeri”, Sosyoloji Derneği Yayınları III, Ankara 1994.

**Friedrich Ebert Vakfı**, Kentli Kadınların İş Yaşamındaki Sorunları ve Çözüm Önerileri, Ekonomi Forumu, İstanbul-1992.

**GÜRDOĞAN, Nazif**, “Gelecek Yüzyılın Akıncıları Girişimciler Olacak” İlim ve Sanat Dergisi, S: 43, Mart 1997.

- KAYA, Nihat**, “İşletmelerde Girişimcilik Özelliği Yüksek Çalışanların GÜdülenmesi, 9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 24-26 Mayıs 2001, ss. 541-551.
- KÜMBETOĞLU, Belkis**, “Kadın Çalışma ve Evde Üretim”, Toplumda Kadın, 1. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildirileri, Ankara 1994, ss. 560-568.
- KRUEGER, Norris F., Deborah V. BRAZEAL**, “Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs”, Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 18, Issue 3, Spring-1994, pp. 91-104.
- LİMAN, F.**, “ABD, Kanada ve İngiltere’ de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi”, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara 1993.
- MOORE, Dorothy P.**, “An Examination of Present Research on the Female Entrepreneur-Suggested Research Strategies for the 1990’s”, Journal of Business Ethics, Vol: 9, Iss: 4-5, Apr-May 1990, s.277.
- ÖZEN KUTANIŞ, Rana, Serkan BAYRAKTAROĞLU**, “Anadolu Sanayinin Gelişmesinde Bayan Girişimciler”, II. Orta Anadolu Kongresi, 17-18 Ekim-Niğde, 2002, ss. 321-332.
- ÖZEN KUTANIŞ, Rana**, “Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler”, 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 22-24 Mayıs-Afyon, 2003, ss. 59-69.
- SALİ, Ali**, “Rekabet Kurulu İkinci Başkanı, Prof. Dr. Tamer Müftüoğlu ile Girişimcilik Üzerine”, Çerçeve Dergisi, Nisan 1998.
- Shane, S. And Hoy, F.**, “Franchising as an entrepreneurial venture from” Journal of Business Venturing, October 1998.

**SCHUMPETER, Joseph A.**, “The economy as a whole: Seventh chapter of The Theory of Economic Development”, Industry and Innovation, Vol. 9, No. 1/2, Sydney; Apr/Aug 2002, pp. 93-145.

**ŞEKER, Mehmet**; “Ahiliğin Anadolu’nun Sosyal ve Kültürel Hayatındaki Yeri”, TES-AR Yayınları, No: 4, Ankara 1993.

**TEKİNAY, N. Aslı**, “Dünyadan Kadına Teşvik”, Capital, Yıl 11, Sayı: Şubat 2003, ss. 106-110.

**THOMPSON, John L.**, “The world of the entrepreneur - a new perspective”, Journal of Workplace Learning: Employee Counselling Today, Volume 11, Number 6, 1999, pp. 209-224.

**YILDIZ, Barış**, “Girişimcilik, Bir hedef mi yoksa Bir Tutku mu?”, [www.google.com.tr](http://www.google.com.tr).

## **DiğER**

**AÇIKGÖZ, Ruhi**, Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo-Kültürel Faktörler, DPT Yayınları, Ankara-1990.

**ARAT, Necla**, Türkiye’ de Kadın Girişimcilik, TES-AR Yayınları No: 7, Ankara-1993.

**ANON**, Türkiye İstatistik Yıllığı, DİE, Ankara, Mart 1993.

**ANON**, “2000’ li Yıllara Doğru Esnaf ve Sanatkarlar Komisyonu Kadın Girişimcilik Alt Komisyon Raporu”, Ankara 1994.

**ATALAY, S.**, Büyük İşletmelerde Kadın Girişimcilik, N. Arat ( Editör), Türkiye’ de Kadın Girişimcilik, TES-AR Yayınları No: 7, Ankara 1993, ss 43-67.

**ÇAVDAROĞLU, Figen**, Kadın Girişimciliği, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 1996.

**ÇİFTÇİ, Oya**, Kadın Sorunu ve Türkiye’ de Kamu Görevlisi Kadınlar, Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, No: 200, Ankara 1982.

**ÇETİNDAMAR, Dilek**, Türkiye’ de Girişimcilik, Tüsiad Yayınları, Ankara 2003

**DİNÇTÜRK, Cahit**, Kadın Haklarının Gelişimi, Bolu Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No: 1, Bolu 1990.

**ERBEK, E. Musa**, Girişimci ve Girişimci Olmayanların Girişimcilik Özelliklerinin Karşılaştırılması, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya 2003.

**Girişimci Rehberi**, Capital Yayınları, İstanbul 2004.

**İş ve İşçi Bulma Kurumu**, İstihdam Seminerleri 2, Ankara 1992.

**Sakarya İli İktisadi Rapor**, Adapazarı Ticaret ve Sanayi Odası, Ağustos 2003.

**UFUK, Hatun**, Kadın Girişimcilerin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili (Ankara Örneği), Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara 1997.

**TÜSİAD**, Türkiye’ de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümler, İstanbul-1987.

**T.C. Başbakanlık DİE**, İstatistiklerle Kadın 1927-1990, Ankara 1992.

**T.C. Başbakanlık DİE**, Türkiye İstatistik Yıllığı, Ankara-1993.

**T.C. Başbakanlık DİE**, Türkiye İstatistik Yıllığı, Ankara-2000.

**T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü**, Supporting Women-Owned Businesses in Turkey: A Discussion of Needs, Problems, Opportunities and Strategies. Development Alternatives, Ankara 1995.



## EKLER

### EK-1

#### ANKET BİLGİ FORMU

Sayın **KADIN GİRİŞİMCİ**,

İlişikteki anket formu Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında, Yüksek Lisans Tezi için hazırlanmıştır. “Kadın Girişimcilerin sosyo-kültürel ve Ekonomik Profili” konulu tez çalışması, kadının işgücüne katılmasında etken olan faktörleri ve girişimcilik noktasında karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Bu bağlamda bu çalışmanın kadın girişimciliğini destekleme noktasında yapılacak diğer çalışmalara ışık tutması, en büyük temennimizdir.

Bilimsel bir nitelik taşıyan bu araştırmanın herhangi bir hukuksal ya da siyasi yönü bulunmamaktadır. Sorulara verilecek yanıtlar istatistiksel amaçla kullanılacaktır.

Bu ankette 38 soru bulunmaktadır. Sorulara eksiksiz, gerçekçi ve içtenlikle cevap vermeniz, bu araştırmanın amacına ulaşmasına katkıda bulunacaktır.

Sorulara vereceğiniz cevaplarla yapacağınız değerli yardım ve katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Serkan BAYRAKTAROĞLU

Araştırma Danışmanı

Saime KÖŞKER

Yüksek Lisans Öğrencisi

EK-2

## BAĞIMSIZ ÇALIŞAN KADINLARIN PROFİLİ VE SORUNLARI

Adınız ve Soyadınız :.....

İşletme Ünvanı :.....

### I. GİRİŞİMCİ KADINLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ İLE İLGİLİ BİLGİLER

#### 1. Yaşınız?

- 20' den küçük  20-29 arası  
 30-39 arası  40 ve üstü

#### 2. Medeni Durumunuz?

- Evli  Bekar  
 Eşi ölmüş  Boşanmış

#### 3. Çocuk Sayınız?

- Çocuksuz  İki çocuk  
 Tek çocuk  Üç ve daha fazla

#### 4. Doğum yeriniz?

- Köy  
 İlçe  
 İl merkezi

#### 5. Öğrenim Durumunuz?

- İlkokul  Ortaöğretim  Meslek Lisesi. Bölüm.....  
 Düz Lise  Özel Lise  Yüksekokul. Bölüm.....  
 Üniversite. Bölüm.....  Diğer.....

#### 6. Meslek Lisesi mezunu iseniz, bitirdiğiniz bölüm işinizle ilgili midir?

- Evet  Hayır

#### 7. Üniversite mezunu iseniz, bitirdiğiniz bölüm işinizle ilgili midir?

- Evet  Hayır

8. Öğreniminiz dışında bitirdiğiniz veya uzun süre devam ettiğiniz bir kurs var mı? Belirtiniz.

( ) Evet ( ) Hayır

9. Evli iseniz, eşinizin eğitim durumu nedir?

( ) İlkokul ( ) Ortaöğretim ( ) Meslek Lisesi, Bölüm.....  
( ) Düz Lise ( ) Özel Lise ( ) Yüksekokul, Bölüm.....  
( ) Üniversite, Bölüm..... ( ) Diğer.....

10. Evli iseniz, eşinizin mesleği nedir?

( ) Vasıfsız işçi ( ) Vasıflı işçi ( ) Çiftçi  
( ) Orta düzey memur ( ) Üst düzey yönetici ( ) Orta düzey ticaret  
( ) Esnaf ( ) Zanaatkar(küçük imalatçı) ( ) Sanayici, işadamı  
( ) Diğer ( Belirtiniz).....

11. Babanızın Mesleği nedir?

( ) Vasıfsız işçi ( ) Vasıflı işçi ( ) Çiftçi  
( ) Orta düzey memur ( ) Üst düzey yönetici ( ) Orta düzey ticaret  
( ) Esnaf ( ) Zanaatkar(küçük imalatçı) ( ) Sanayici, işadamı  
( ) Diğer ( Belirtiniz).....

12. Annenizin Mesleği nedir?

( ) Ev hanımı ( ) Vasıflı işçi ( ) Vasıfsız işçi  
( ) Orta düzey memur ( ) Üst düzey yönetici ( ) Orta düzey ticaret  
( ) Esnaf ( ) Zanaatkar(küçük imalatçı) ( ) Sanayici, işadamı  
( ) Diğer ( Belirtiniz).....

13. Kardeş Sayınız nedir?

( ) Tek çocuk ( ) İki çocuk  
( ) Üç çocuk ( ) Dört ve daha fazla

14. Kardeşlerle Yaş Sıralamasındaki Yeriniz nedir?

( ) İlk çocuk ( ) İkinci çocuk  
( ) Üçüncü çocuk ( ) Dördüncü ve daha fazlası

## II. GİRİŞİMCİ KADINLARIN GİRİŞİM FAALİYETLERİYLE İLGİLİ BİLGİLER

15. Faaliyet alanınızı belirtiniz( Belirtilen faaliyet dallarından uğraşılan alana göre çoklu seçim yapabilirsiniz)İlgili boşluklara faaliyet alanınızı yazınız.

- ( ) Ticaret-(Tuhafiye, çiçekçi,-bakkal v.b. ).....  
( ) İmalat (Konfeksiyon, takı imalatı, süs eşyaları y.b.).....  
( ) Hizmet (Güzellik salonu, kuaför, çocuk yuvası, muhasebe, muayenehane v.b.).....  
( ) Diğer(Belirtiniz).....

16. Daha önce başka bir işte çalıştınız mı?

- ( ) Evet ( ) Hayır

17. (Cevabınız Evet ise) Daha önceki işiniz nedir? ( Belirtilen faaliyet dallarından uğraşılan alana göre çoklu seçim yapabilirsiniz)İlgili boşluklara faaliyet alanınızı yazınız

- ( ) Ticaret (Tuhafiye, çiçekçi, bakkal v.b.).....  
( ) İmalat (Konfeksiyon, takı imalatı, süs eşyaları v.b.).....  
( ) Hizmet (Güzellik salonu, kuaför,çocuk yuvası, muhasebe, muayenehane v.b.).....  
( ) Diğer (Belirtiniz).....

18. Şu an işletmekte olduğunuz işyerini ne zaman açtınız veya devraldınız?

- ( ) 1970 öncesi ( ) 1980-1989 arası  
( ) 1970-1979 arası ( ) 1990 ve sonrası

19. İşletmenizin kuruluş sermayesi nasıl temin edilmiştir?

( Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)

- ( ) Kendi birikimim ( ) Eşimden  
( ) Banka ( ) Ebeveynler ve yakın çevre  
( ) Devlet teşviki ( ) Diğer (Belirtiniz) .....

20. Bu işyerinizdeki durumunuz nedir?

- ( ) İşveren ( ) Kendi hesabına( Eleman yok)  
( ) Ortaklık+ İşveren ( ) Ortaklık+Kendi Hesabına

21. İşyerinizde çalışan kişi sayısı nedir?

- İşçi yok  1-9 kişi  
 10-19 kişi  20 ve daha fazla

22. Şu an çalıştırmakta olduğunuz işyerinizin mülkiyet durumu nedir?

- Kendi mülküm  Kira  
 Ebeveyn / Akraba mülkü  Diğer(Belirtiniz).....  
(Kira verilmiyor)

23. İşinizi kurarken sorunlarla karşılaştınız mı?

- Evet  Hayır

24. ( Cevabınız Evet ise) İşinizi kurarken ne gibi sorunlarla karşılaştınız?

Karşılaşılan sorunlara bağlı olarak, birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz.

- a-Sermaye temini  
 b-Bürokratik işlemler  
 c-İşyeri arama ve kiralama  
 d-Mal temini  
 e-Uygun eleman temini  
 f-Pazarda tanınmamış olmak  
 g- İş alanında deneyimsiz olmasından kaynaklanan sorunlar  
 h-Aile ile ilgili sorunlar  
 ı-Diğer (Belirtiniz).....

25. İşletmenizi kurduktan sonra ne gibi sorunlarla karşılaştınız? Karşılaşılan sorunlara bağlı olarak, birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz.

- İşletmenin devamı ve büyümesi için gereken sermayenin temini  
 Kalite ve ucuz hammadde temini  
 Talep yetersizliği  
 Bürokratik engeller  
 Organize olamama  
 Ödeme ve senetler  
 Kalifiye eleman bulma güçlüğü  
 Diğer (Belirtiniz).....

26. İşinizi kurma aşamasında ve sonrasında, kadın olmanızdan kaynaklanan sorunlarınız oldu mu?

- Evet  Hayır

27. İşinizden elde ettiğiniz gelir evinizin toplam gelirinin yüzde kaçdır?

- Yüzde 50' den az  Yüzde 50' den fazla  
 Yüzde 50 civarında  Diğer.....

28. (Eğer evli iseniz) İş ile ilgili karar vermeyi gerektiren durumlarda, eşinizle ilişkiniz aşağıdakilerden hangisine uyar?

- Ortak karar  Dikkate alırım  Eşim karar verir  
 Kendim veririm  Dikkate almam  Önemli ise ortak

### III. KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞ KURMA NEDENLERİNİ ETKİLEYEN UNSURLAR İLE İLGİLİ BİLGİLER

29. İş kurma fikrini ilk olarak kim düşündü?

- Kendim  Eşi  Kendim ve Eşim  
 Ebeveynleri  Akrabaları  Arkadaşları  
 Diğer(Belirtiniz).....

30. İş kurma düşüncesini kimler destekledi?

- Eşim  Çocuklarım  Ebeveynler  
 Akrabalar  Arkadaşlar  Hepsi  
 Hiçbiri  Diğer(Belirtiniz).....

31. İş kurma düşüncesine kimler karşı çıktı?

- Eşim  Çocuklarım  Ebeveynler  
 Akrabalar  Arkadaşlar  Hepsi  
 Hiçbiri  Diğer(Belirtiniz).....

32. Neden bir işyeri açmayı tercih ettiniz? Lütfen önemli gördüğünüz üç seçeneği belirtiniz.

- ( ) a-Aile ihtiyaçlarını karşılamak için  
( ) b-Ekonomik bağımsızlık için  
( ) c-Mesleğimi yapmak için  
( ) d-İş yaşamına atılmak için  
( ) e-Sosyal ilişkiler için  
( ) f-İdealimi gerçekleştirmek için  
( ) g-Zamanımı değerlendirmek için  
( ) h-Kendimi kanıtlamak için  
( ) ı-Diğer insanlara faydalı olmak için  
( ) j-Diğer(Belirtiniz).....

33. Girişimci olma haricinde başka bir alternatifiniz olsaydı, yine girişimci olmayı mı tercih ederdingiz?

- ( ) Evet ( ) Hayır

#### IV. KADINLARIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARILI OLMAK İÇİN GEREKLİ GÖRDÜKLERİ UNSURLAR İLE İLGİLİ BİLGİLER

34. Kendinizi başarılı bir girişimci olarak değerlendirebilir misiniz?

- ( ) Evet ( ) Hayır

35- Sizce başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken en önemli bireysel özellikler nelerdir? Lütfen önemli gördüğünüz üç seçeneği belirtiniz.

- ( ) a-Kendine güven ve cesaret ( ) g-Çalışkanlık  
( ) b-İletişim becerisi ( ) h-Hırs ve kararlılık  
( ) c-Eğitim ( ) ı-Dürüstlük  
( ) d-Deneyim ( ) j-Yönetim becerisi  
( ) e-Sabır ve Hoşgörü ( ) k-Diğer(Belirtiniz).....  
( ) f-Risk üstlenebilme

35. Gelecek ile ilgili planınız nedir?

- İŖi büyütmek
- Kaliteyi arttırmak
- Kârı arttırmak
- Durumu devam ettirmek
- Yapılan iŖi bırakma, devretme
- Diğer(Belirtiniz).....

37. Talep koŖullarını dikkate alarak mamul ve hizmet eŖitlendirmesi yoluna gidiyor musunuz?

- Evet
- Hayır

38. GiriŖimci olmak isteyen kadınlara vereceğiniz öneriler nelerdir?

Lütfen önemli gördüğünüz  seçeneği belirtiniz.

- Deneyim sahibi oldukları iŖi yapsınlar
- Eğitim aldıkları iŖi yapsınlar
- İŖlerini özenle yapsınlar
- Kendilerine gvensinler ve cesur olsunlar
- İŖ kurmadan önce yapılabilirlik projelerinden yararlansınlar
- Sevdikleri iŖi yapsınlar
- Bu dönemde sakın iŖyeri açmasınlar
- Diğer(Belirtiniz).....



## ÖZGEÇMİŞ

Saime Köşker, 12.04.1978 yılında Sakarya' da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimi de Sakarya' da tamamladı. Yüksek öğrenimini Kayseri' de Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde tamamladı. Mezun olduktan bir sene sonra Sakarya Üniversitesi Yönetim ve Organizasyon Yüksek Lisans programına katıldı. Halen özel bir şirketin planlama departmanında görev yapmaktadır.

