

**KADIN GİRİŞİMCİLER,
KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE BU
SORUNLARA YÖNELİK ÇÖZÜM
ÖNERİLERİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Hülya ŞEKERLER

Kütahya - 2006

T.C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

KADIN GİRİŞİMCİLER, KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR ve BU
SORUNLARA YÖNELİK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Danışman
Yrd. Doç. Derya ERGUN ÖZLER

Hazırlayan
Hülya ŞEKERLER
0391013157

Kütahya - 2006

Kabul ve Onay

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı öğrencisi Hülya ŞEKERLER'in hazırladığı "Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri " başlıklı Yüksek Lisans Tezi çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip kabul edilmiştir.

..... / / 2006

Tez Jürisi:

Yrd. Doç. Dr. Derya ERGUN ÖZLER (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. Abdullah YILMAZ

Yrd. Doç. Dr. Hayrettin ÖZLER

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Müdürü

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmamın tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.. / ... /

Hülya ŞEKERLER

ÖZGEÇMİŞ

05.06.1980 yılında Bursa'da doğdu. İlkokul ve ortaokulu Namazgah İhsan Dikmen İlköğretim Okulunda, lise eğitimini Bursa Çelebi Mehmet Lisesinde tamamladı. 1999 yılında Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünü kazandı ve 2003 yılında mezun oldu. Aynı yıl Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim dalında Yönetim ve Organizasyon bölümünde Yüksek Lisans eğitimine başladı. 2005 yılında özel bir bankada bankacılık mesleğine girdi ve halen bankacılık mesleğini sürdürmektedir.

Tez çalışmamın hazırlanmasının her aşamasında katkılarını esirgemeyen tez danışmanım Yrd. Doç. Derya Ergun Özler'e, Yrd. Doç. Abdullah Yılmaz'a ve manevi desteklerini devamlı yanımda hissettiğim ailem ile tezin hazırlanmasında emekleri olan herkese teşekkür ederim.

ÖZET

Girişimcilik konusu son yıllarda gerek ülkemizde, gerekse tüm dünyada en çok tartışılan ve gündemde olan bir konu haline gelmiştir. Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana devletçilik ağırlıklı bir ekonomik sistemle yürütülen ülkemiz, 1980'den sonra özel girişimcilik ağırlıklı bir sisteme yönelmiştir. Bu bağlamda girişimciliğin giderek artış eğilimi gösterdiği görülmektedir. Girişimci; risk alarak yenilik yapan kişidir. Diğer bir deyişle girişimci fırsatları gözleyen ve onları bulduğunda her türlü riski alarak gerçekleştirmeye çalışandır.

Tarihsel süreç içinde endüstriyel gelişmeyle birlikte kadının toplum içindeki yeri ve konumu değişmiş, kadın emeğini verimli kullanarak yaşam kalitesini yükseltmiştir. Ekonomik, sosyal ve bireysel tatminin elde edildiği bir süreç olan girişimcilik son yıllarda pek çok kadın tarafından benimsenen bir iş türü olmuştur. Kadınların girişimci olmasına karar vermesiyle birlikte hem işletmeyi kurarken hem de işletme faaliyetlerini sürdürürken sosyal, ekonomik, bürokratik vs. birçok sorunla karşılaşmaktadır. Bu sorunların girişimcilere göre farklı olduğu ve kadın girişimcilerin sırf kadın oldukları için erkek girişimcilere nazaran daha farklı sorunlarla karşılaştığı görülmektedir.

ABSTRACT

Entrepreneurship has become one of the most argued issues in Turkey and the world. The Turkish economy till 1980 was a state-led economy; after 1980 our economy has become more and more private sector oriented for which entrepreneurship is a central issue. The entrepreneur is a person who makes innovations or does things in a different way. In other words the entrepreneur is a person who observes opportunities and who is ready to take risk when it's found.

The place of women in society has changed within the process of industrialization and they learned to invest their labor in a way to improve the standard of lie. Entrepreneurship has become a way to drive economic, social and personal satisfaction for many women. However, female entrepreneurs are subject to several social, economic and bureaucratic challenges as they start a business and afterwards. These challenges vary across sexes and female entrepreneurs have to deal with more challenges than men just because they are women.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
KISALTMALALAR.....	xvii
TEZ HAKKINDA.....	xix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR.....	5
1. 1. 1. Girişim Kavramı.....	5
1. 1. 2. Girişimci Kavramı.....	6
1. 1. 3. Girişimcilik Kavramı.....	11
1.2. GİRİŞİMCİLİĞİN NEDENLERİ.....	12
1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN YARARLARI VE SAKINCALARI.....	15
1. 3. 1. Girişimciliğin Yararları.....	15
1. 3. 2. Girişimciliğin Sakıncaları.....	16
1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL İŞLEVLERİ.....	20
1.5. GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRLERİ.....	22

1. 5. 1. Klasik Anlamda Girişimcilik.....	23
1. 5. 2. Küresel Anlamda Girişimcilik.....	23
1. 5. 3. Güncel Anlamda Girişimcilik.....	24
1.6. GİRİŞİMCİLERİN TEMEL ÖZELLİKLERİ.....	26
1.7. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ.....	36
1.8. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ	39

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

2.1. DÜNYA'DA GİRİŞİMCİLİK VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	46
2.2. TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	51
2. 2. 1. Türkiye'de Girişimcilik.....	51
2.2.1.1.Sosyo-Kültürel Açıdan Girişimcilik.....	52
2.2.1.2.Ekonomik Açıdan Girişimcilik.....	53
2.2.1.3.Politik Açıdan Girişimcilik.....	54
2.2.1.4.Teknolojik Açıdan Girişimcilik.....	55
2.2.1.5.Eğitim Sistemi Açısından Girişimcilik.....	56
2. 2. 2. Türkiye'de Girişimciliğın Tarihsel Gelişimi.....	57
2.2.2.1.Osmanlı İmparatorluğu Dönemi.....	58
2.2.2.2.1923-1930 Arası Dönemi.....	62
2.2.2.3.1930-1950 Arası Dönemi.....	66
2.2.2.4.1950-1970 Arası Dönemi.....	68
2.2.2.5. 1970-1980 Arası Dönemi.....	70
2.2.2.6. 1980 ve Sonrası Dönem.....	72

2.3. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞEMEMESİNİN TEMEL NEDENLERİ.....	73
2. 3. 1. Ekonomik Yapıdan Kaynaklanan Nedenler.....	73
2. 3. 2 .Sosyo Kültürel Yapıdan Kaynaklanan Nedenler.....	75
2.3.2.1.Kişilik Özellikleri.....	75
2.3.2.2.Yasal Düzenlemeler.....	76
2.3.2.3.Sosyal,Kültürel ve Politik Altyapı.....	77
2.3.3.Tarihsel Nedenler.....	78
2.4.TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİ DESTEKLEYEN BAZI KURULUŞLAR.....	80

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

3.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK GENEL BİLGİLER.....	88
3.1.1.Kadın Girişimci Kavramı.....	88
3.1.2.Kadının Çalışma Yaşamının Tarihsel Gelişim.....	93
3.1.3.Türkiye’de Çalışan Kadının Durumu.....	97
3.1.4.Kadın Girişimciliğın Gelişimi.....	102
3.1.5.Kadın Girişimcilere Destek Veren Kuruluşlar.....	103
3.1.5.1.Sivil Toplum Kuruluşları.....	103
3.1.5.2.Kamu Kurumları.....	105
3.1.5.3.Uluslararası Kuruluşlar.....	107
3.2. KADIN GİRİŞİMCİLERİN GENEL ÖZELLİKLERİ.....	109
3.3. ERKEK GİRİŞİMCİLERİN GENEL ÖZELLİKLERİ.....	113

3.4. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİ ARASINDAKİ FARKLAR.....	113
3.5. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ.....	120
3.5.1.Kadın Girişimcinin İş Kurma Aşamasındaki Sorunları ve Çözüm Önerileri.....	121
3.5.2.Kadın Girişimcinin İş Yürütürken Karşılaştığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri.....	125

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

4.1. ARAŞTIRMA HAKKINDA GENEL BİLGİ.....	131
4.2. BURSA TİCARET ve SANAYİ ODASIYLA İLGİLİ TEMEL BİLGİLER.....	131
4.3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	132
4.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	132
4.4.1. Model.....	132
4.4.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	133
4.4.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme.....	137
4.4.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı.....	138
4.4.5. Verilerin Analizi.....	139
4.5. BULGULAR VE YORUMLAR.....	139
4.5.1. Güvenilirlik Analizi.....	139
4.5.2.Kadın Girişimcilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	139
4.5.3. Kadın Girişimcilerin İş Yürütürken Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular.....	146

4.5.3.1. Kadın Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular.....	147
4.5.3.2. Kadın Girişimcilerin Eleman Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular.....	154
4.5.3.3. Kadın Girişimcilerin Bürokrasi Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular.....	157
4.5.3.4. Kadın Girişimcilerin Pazar Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular.....	160
4.5.3.5. Kadın Girişimcilerin Finans Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular.....	164
4.5.4.Hipotezlere İlişkin Bulgular.....	166
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	198
EKLER.....	202
KAYNAKÇA.....	205
DİZİN.....	214

ŞEKİLLER ve TABLOLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1.1. Girişimciliğin Yarar ve Sakıncaları.....	19
Şekil 1.2. Girişimcilik Türleri.....	22
Şekil 1.3. Girişimcilik Eğitimiyle İlgili Başlıca Konular.....	43
Tablo 1.1. Girişim ve Yönetici arasındaki Farklar.....	10
Tablo 1.2. 2000’li Yıllarda Türk Girişimcilerin Özellikleri.....	34
Tablo 2.1. 1915 yılında Türkiye’de Sanayi Kuruluşlarının Sektörel Dağılımı.....	61
Tablo 2.2. Cumhuriyet Öncesi Girişimcilikte Yapılanlar.....	62
Tablo 2.3. 1923 – 1930 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar.....	65
Tablo 2.4. 1930 –1 950 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar.....	67
Tablo 2.5. 1950 – 1970 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar.....	69
Tablo 2.6. 1970 –1980 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar.....	71
Tablo 2.7. 1980 ve Sonrasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar.....	72
Tablo 3.1. Kadınların İstihdama Katılma Statüleri.....	91
Tablo 3.2. Kadınların Sektöre Göre İstihdama Katılma Statüleri.....	92
Tablo 3.3. Toplam Çalışana Göre Kadın Oranları.....	94
Tablo 3.4. Kadınların Ülkeler Bazında Eğitim Seviyesine Göre İstihdama Katılım Oranları.....	95
Tablo 3.5. Sayım Yıllarına Göre Okuma-Yazma Oranları.....	99
Tablo 3.6. Öğrenim Durumunun Yıllara Göre Dağılımı.....	100
Tablo 3.7. Modern ve Geleneksel Kadın Girişimciler.....	111
Tablo 3.8. Hisrich’e Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.....	115
Tablo 3.9. Ronstandt’a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.....	117

Tablo 4.1. Kadın Girişimcilerin Yaşlarına Göre Dağılımı.....	140
Tablo 4.2. Kadın Girişimcilerin eğitim Durumlarına Göre Dağılımı.....	141
Tablo 4.3. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	141
Tablo 4.4. Kadın Girişimcilerin Çocuk sayılarına Göre Dağılımları.....	142
Tablo 4.5. Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelir Dağılımları.....	143
Tablo 4.6. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olarak Çalıştıkları Sektörlere Göre Dağılımları.....	144
Tablo 4.7. Kadın girişimcilerin Aile Çevrelerinde Girişimci Olup Olmaması Durumlarına Göre Dağılımları.....	145
Tablo 4.8. Kadın Girişimcilerin Girişimciliğe Başlamadan Önce Uğraştıkları İş Durumlarına Göre Dağılımları.....	146
Tablo 4.9. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olarak Çalıştıkları Zamana Göre Dağılımları.....	147
Tablo 4.10. Cinsiyet 1 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	147
Tablo 4.11. Cinsiyet 2 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	147
Tablo 4.12. Cinsiyet 3 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	148
Tablo 4.13. Cinsiyet 4 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	149
Tablo 4.14. Cinsiyet 5 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	149
Tablo 4.15. Cinsiyet 6 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	150
Tablo 4.16. Cinsiyet 7 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	151
Tablo 4.17. Cinsiyet 8 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	151
Tablo 4.18. Cinsiyet 9 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	152
Tablo 4.19. Cinsiyet 10 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	153
Tablo 4.20. Cinsiyet 11 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	153
Tablo 4.21. Eleman 1 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	154
Tablo 4.22. Eleman 2 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	155
Tablo 4.23. Elman 3 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	155

Tablo 4.24. Eleman 4 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	156
Tablo 4.25. Bürokrasi 1 Faktörüne Görüşlerin Dağılımı.....	157
Tablo 4.26. Bürokrasi 2 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	157
Tablo 4.27. Bürokrasi 3 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	158
Tablo 4.28. Bürokrasi 4 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	159
Tablo 4.29. Bürokrasi 5 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	159
Tablo 4.30. Pazar 1 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	160
Tablo 4.31. Pazar 2 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	161
Tablo 4.32. Pazar 3 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	161
Tablo 4.33. Pazar 4 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	162
Tablo 4.35. Pazar 6 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	163
Tablo 4.36. Finans 1 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	163
Tablo 4.37. Finans 2 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	165
Tablo 4.38. Finans 3 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	165
Tablo 4.39. Finans 4 Faktörüne İlişkin Görüşlerin Dağılımı.....	166
Tablo 4.40. Kadın Girişimcinin İşini Kurarken Kadın Olmaktan Dolayı Karşılaştığı Zorluklara İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Girişimciliğe Başlamadan Önce Uğraştığı İşe Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	167
Tablo 4.41. Kadın girişimcinin Kendisini Piyasaya Kabul Ettirirken Sorunlar Yaşadığı Görüşleri İle Kadın Girişimcinin Girişimciliğe Başlamadan Önce Uğraştığı İşe Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	168
Tablo 4.42. Kadın Girişimcinin İşini Kurarken Kadın Olmaktan Dolayı Karşılaştığı Zorluklara İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	169

- Tablo 4.43. Kadın Girişimcilerin Pazarda Kendilerine Yer Edinmede Zorluklar Yaşadığına İlişkin Görüşlerin; Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....170
- Tablo 4.44. Kadın Girişimcinin İşini Kurduktan Sonra Kadın Olmasından Dolayı Zorluklarla Karşılaşmasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....172
- Tablo 4.45. Kadın Girişimcinin Bağlı Bulunduğu Meslek Odalarından Destek Almasında Güçlükler Yaşamamasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....173
- Tablo 4.46. Kadın Girişimcilerin Sektörlerindeki İşletmelerin Oluşturduğu İlişki Ağlarında Yer Almalarında Güçlüklerle Karşılaşmasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....174
- Tablo 4.47. Kadın Girişimcilerin Erkek Girişimcilere Göre Toplumda Olumlu Bir İmaja Sahip Olduklarına İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcilerin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....176
- Tablo 4.48. Kadın Girişimcilerin Erkek Girişimcilere Göre Toplumda Olumlu Bir İmaja Sahip Olduklarına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Eğitim Düzeyine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....177
- Tablo 4.49. Kadın Girişimcinin Donanım, Araç-Gereç ve Mal Temini Gibi Konularında Erkek Girişimcilere Göre Daha Fazla Zorluklar Yaşadığına İlişkin Görüşlerin; Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı..... 178
- Tablo 4.50. Girişimcinin Bayan Olduğu İçin Müşterilerle Daha Samimi İlişkiler Kurabilmesine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....179

Tablo 4.51. Vergi Teşvik Mevzuatının Kadın Girişimcileri Destekleyecek Biçimde Düzenlenmesi Gerektiğine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	180
Tablo 4.52. Kadın Girişimcilerin Eğitim Amaçlı Projelere Erkek Girişimcilere Göre Daha Az Davet Edilmelerinin Kadın Girişimcinin Girişimcilik Yaptığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	182
Tablo 4.53. Sektöründeki İşletmelerin Kadın Girişimcilere Kadın Olduğundan Dolayı Olumsuz Tavrı Olduğu Düşüncelerine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	183
Tablo 4.54. Kadın Girişimciler Olarak Erkek Girişimcilere Göre Eğitim Amaçlı Projelere Daha Az Davet Edildiğine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Eğitim Düzeyine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	184
Tablo 4.55. Kadın Girişimcilerin Cinsiyetlerinden Ötörü Ticari Faaliyetlerinde Kefil Bulmakta Zorlanmalarının; Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelir Düzeyine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	185
Tablo 4.56. Kadın Girişimcinin; Erkek Girişimcilere Göre Bürokratik Engellerle Daha Çok Karşılaştıklarına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	187
Tablo 4.57. Kadın Girişimcinin Erkek Girişimcilere Nazaran Tedarikçilerle İlişkilerinde Zorluklar Yaşamalarına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	188
Tablo 4.58. Bir Kadın Girişimcinin Çalışanlarını Yönlendirmekte Zorlanmasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	189

Tablo 4.59. Kadın Girişimcilerin Erkek Girişimcilere Göre Daha Fazla Danışmanlık Şirketlerinden Yararlanmalarının Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	190
Tablo 4.60. Kadın Girişimcilerin Çalışanlarını Yönlendirmede Zorluklar Yaşamasıyla İlgili Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Yaşına Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	192
Tablo 4.61. Kadın Girişimcilerin Cinsiyetlerinden Dolayı Müşterilerle İlişki Kurmada Sorun Yaşadığına İlişkin Görüşlerin; Kadın Girişimcinin Yaşına Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	193
Tablo 4.62. Kadın Girişimcilerin Erkeklere Göre İş Ahlakı Kurallarına Daha Uygun Davrandığı İçin Sorun Yaşamasına İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Yaşlarına Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	194
Tablo 4.63. Kadın Girişimcinin İşini Kurarken Kadın Olmaktan Dolayı Karşılaştığı Zorluklarla İlgili Görüşlerin Kadın Girişimcinin Aile Çevresinde Girişimci Olan Kişilere Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	195
Tablo 4.64. Kadın Girişimcinin Kredi veya Çek Defteri Alırken Bankaların Daha Temkinli Davranmalarına İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı.....	197

KISALTMALAR

AB	:	Avrupa Birliği
a.g.e.	:	adı geçen eser
AR-GE	:	Araştırma Geliştirme
BTAE	:	Bilişim Teknolojileri Araştırma Enstitüsü
ev.	:	Çeviren
DİE	:	Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	:	Devlet Planlama Teşkilatı
FORUM	:	Fuarcılık ve Kalkınma İşbirliği Şirketi
GAP-GİDEM	:	Gap Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi
GSMH	:	Gayrı Safi Milli Hasıla
HDK	:	Hükümet Dışı Kuruluşlar
ILO	:	Dünya alışma Örgütü
İTF	:	İttihat Terakki Fırkası
KAGİDER	:	Kadın Girişimcileri Destekleme Derneği
KSSGM	:	Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü
KGF A.Ő.	:	Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma Anonim Şirketi
KOBİ	:	Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOSGEB	:	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÜSGET	:	Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı
MEKSA	:	Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı

- MPM** : Milli Prodüktivite Merkezi
- OECD** : Uluslar arası Ekonomik İşbirliği Örgütü
- s.** : sayfa
- TES-AR** : Türkiye Esnaf Sanatkarlar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü
- TESK** : Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
- TİDEB** : Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı
- TKV** : Türkiye Kalkınma Vakfı
- TOBB** : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
- TÜBİTAK** : Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
- TÜGİAD** : Türkiye Genç İşadamları Derneği
- TÜSES** : Türkiye Sosyal, Ekonomik ve Siyasal Araştırma Vakfı
- UNDP** : Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
- v.s.** : ve saire
- ZİGEM** : Zonguldak İş Geliştirme Merkezi

TEZ HAKKINDA

1. Araştırmanın Problemi

Tezde incelenen araştırma problemi, Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar Nelerdir ve Bu Sorunlara İlişkin Çözüm Önerileri Nelerdir?

2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların neler olduğu ve bu sorunlara çözüm önerilerinin belirlenmesidir. Günümüzde kadın girişimcilerin ekonomik kalkınma, istihdam ve sosyal gelişmenin önemli bir faktörü olduğu herkes tarafından kabul edilen bir gerçektir. Ülkemizde kadın girişimcilerin sayılarının az oluşu, karşılaştıkları sorunlar yüzünden de var olan girişimlerin kapatılması ya da iflas etmesi, bu sorunlara yönelik çözüm önerileri hakkında yeteri kadar çalışmanın yapılmamış olması nedeni ile bu incelemenin gerekli olduğu kanısına varılmıştır.

2. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın hipotezleri aşağıda sıralanmıştır.

H₁ : Bir kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı karşılaştığı zorluklara ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₂ : Bir kadın girişimcinin kendisini piyasaya kabul ettirirken epeyce sorun yaşamasına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₃ : Bir kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı karşılaştığı zorluklara ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4 : Kadın girişimcilerin, pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5 : Bir kadın girişimcinin işini kurduktan sonra kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6 : Kadın girişimcinin bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almakta güçlükler yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H7 : Kadın girişimcilerin sektörlerindeki işletmelerin oluşturduğu ilişki ağlarında yer almalarında büyük güçlüklerle karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H8 : Kadın girişimcilerin, erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olduklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H9 : Kadın girişimci olarak donanım, araç - gereç ve mal temini gibi konularında erkek girişimcilere göre daha fazla zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H10 : Girişimcinin bayan olduğu için müşterilerle daha samimi ilişkiler kurabildiğine ilişkin görüşler, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H11 : Vergi teşvik mevzuatının kadın girişimcileri destekleyecek biçimde düzenlenmesi gerektiğine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H12 : Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere davet edilmesine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H13: Sektöründeki işletmelerin kadın girişimcilere kadın olduğundan dolayı olumsuz bir tavır olduğu düşüncelerine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H14 : Kadın girişimcilerin, erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olduklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin eğitim düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H15 : Kadın girişimciler olarak erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmelerine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H16 : Kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden ötürü ticari faaliyetlerinde kefil bulmakta zorlandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin aylık ortalama gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H17 : Bir kadın girişimcinin; erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H18 : Kadın girişimcinin, erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorlandığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H19 : Kadın girişimcinin, çalışanlarını yönlendirmekte zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H20 : Kadın girişimci olarak erkek girişimcilere göre danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H21 : Kadın girişimcinin, çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H22 : Kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden dolayı müşterilerle ilişki kurmalarında sorun yaşamalarına ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H23 : Kadın girişimcilerin erkeklere göre iş ahlaki kurallarına daha uygun davrandığı için sorun yaşamamasına ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H24: Bir kadın girişimcinin, işini kurarken kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin aile çevresindeki girişimci olan kişilere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H25 : Bir kadın girişimcinin kredi veya çek defteri alırken bankaların daha temkinli davrandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin aylık ortalama gelirine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4. Araştırmanın Varsayımları

Bu araştırmanın varsayımları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Araştırmanın teorik kısmında araştırma için yeterli kaynağa ulaşıldığı varsayılmıştır.
 - Araştırmada kullanılan anketin, tezle ilgili uygulama için yeterli ve geçerli olduğu varsayılmıştır.
 - Kadın girişimcilerin öğrenim durumlarındaki farklılıklar dikkate alınmayarak anket sorularının herkesin aynı şekilde algıladığı ve cevapladığı varsayılmıştır.
 - Araştırmanın uygulama kısmında, soruların içtenlikle ve hiçbir etki altında kalmadan cevaplandırıldığı, bu nedenle elde edilen verilerin güvenilir olduğu varsayılmıştır.
 - Araştırmanın uygulama kısmında, istatistiksel analizde kullanılan yöntem ve tekniklerin, mevcut durumun belirlenmesine ve çalışmanın amacını yansıtmaya uygun olduğu varsayılmıştır.

5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın temel sınırlılıkları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Araştırma Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı kadın girişimcilerle sınırlı kalmıştır.
- Araştırmanın ana kütlesi içinde yer alan kadın girişimcilere veri toplama yöntemi olarak görüşme ve anket uygulama yöntemlerinden yararlanılmıştır.
- Araştırmanın ana kütlesi 827 kadın girişimciden oluşmakta olup, zaman kısıtı ile 100 kadın girişimciye anket uygulanmıştır.

6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın ilk üç bölümü teorik bölümlerden oluşmakta olup, bu bölümler için literatür taraması yöntemi uygulanmıştır. Teorik bölümlerin oluşturulmasında konuyla ilgili bilimsel makale, araştırma, kitap ve internet üzerindeki elektronik kaynaklardan yararlanılmıştır. Araştırmanın uygulama kısmı ise dördüncü bölümde yer almaktadır. Araştırmanın uygulama kısmı anket çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Anket soruları iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik özelliklere yer verilmiştir. İkinci bölümde, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara yönelik sorular bulunmaktadır. Uygulanan anket çalışmasında, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar incelenmeye çalışılmıştır. Anket verilerinin analizinde ve yorumlanmasında SPSS 10.00 for windows paket programından yararlanılmıştır. Önce her soruya verilen cevaplar sayı ve yüzde olarak yorumlanmıştır. Daha sonra ise, geliştirilen çalışma hipotezlerini test etmek amacıyla seçilen sorular Ki-Kare testine tabi tutularak, aralarındaki ilişki ve anlamlılık ortaya konmaya çalışılmıştır.

TEZ METNİ

GİRİŞ

Son yıllarda özellikle dünyada ve ülkemizde büyük bir atılım içinde olan kadınlar, çalışma yaşamında ağırlıklarını gittikçe arttırmaktadırlar. Kadınlar sahip oldukları yetenek ve beceriyi kullanabilme, kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma isteği, esnek çalışma saatleri vs. sebeplerden dolayı kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler. Sosyo-kültürel alt yapıdaki değişmelerin kadını çalışma yaşamına itmesi, öğrenim düzeylerinin yükselmesi, özel sektörün çalışma şartları, ücretli ve maaşlı çalışma yerine büyük ölçüde kişisel birikimleri kullanarak kendi işinin patronu olma duygusu kadınlara ait girişimlerin giderek çoğalmasına etken olmuştur.

Girişimci mal ve hizmet üretmek / pazarlama üzere kar / zarar riskini göze alarak sahip olduğu sermayeyi yatırıma dönüştüren kişidir. Girişimci yenilik yapmak ve yaratıcılık kavramlarıyla bütünleşen bir olgudur.

Girişimcilik ise yeterli çaba ve zamanla birlikte finansal, fiziksel ve sosyal risklere katlanarak yeni değer yaratma sürecidir.

Girişimcilik yeni bir işin başlatılması için gerekli kaynakların sağlanması ve bu işle ilgili risk ve kazançların kabul edilmesidir.

Kadın girişimci; ev dışı mekanda kendi adına kurduğu bir iş yeri olan , bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan, herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesi faaliyetlerini yürüten, pazarlayan ve satışını yapan, işi ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran, işinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır.

Ülkemizde kadın girişimcilerin sayısı gün geçtikçe artmasına rağmen diğer gelişmiş ülkelerdeki düzeyi yakalayamamışsızdır. Kendi hesabına çalışan kadınlar

toplam girişimcilerin %10'nunu oluşturmakla birlikte Türkiye'deki erkek girişimcilerin sayısı kadın girişimcilerin 29 katıdır. Kendi hesabına çalışan kadınlar toplam kadın istihdamının sadece %9'nu oluştururken, kendi hesabına çalışan erkekler toplam erkek istihdamının %32'sini oluşturmaktadır. Bu sonuçlara göre Türkiye'nin toplumsal yapısı, kadınların karşılaştıkları sorunlar ve engeller nedeniyle kadınların girişimci olamadıkları ya da girişimlerini kurduktan sonra devamlılığını sağlayamadıkları görülmektedir.

Biz de tez çalışmamızda kadın girişimciler, karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara çözüm önerileri konusu ele alınmıştır. Dört bölüm olan çalışmamızın kapsamında; birinci bölümde girişimcilik ile ilgili temel kavramlar başlığı altında,

girişimciliğin nedenleri, girişimciliğin yararları ve sakıncaları, girişimciliğin temel işlevleri, girişimciliğin türleri, girişimcilerin temel özellikleri, girişimcilik kültürü ve girişimcilik eğitimi konuları incelenmiştir.

Çalışmamızın ikinci bölümü ise, Dünya'da ve Türkiye'de girişimciliğin genel görünümü ana başlığını taşımaktadır. Bu ana başlık çerçevesinde de, Dünya'da girişimcilik ve tarihsel gelişimi, Türkiye'de girişimcilik ve tarihsel gelişimi, Türkiye'de girişimciliğin gelişmemesinin temel nedenleri ve Türkiye'de girişimciliğe katkı veren bazı kuruluşlar incelenmiştir.

Çalışmamızın üçüncü bölümü ise, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri ana başlığını taşımaktadır. Bu ana başlık çerçevesinde de, kadın girişimciliğe yönelik genel bilgiler, kadın girişimcilerin genel özellikleri, erkek girişimcilerin genel özellikleri, kadın ve erkek girişimci arasındaki farklar ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri konuları incelenmiştir.

Çalışmamızın dördüncü bölümü ise, ana kütle olarak seçtiğimiz Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 100 kadın girişimciye yaptığımız anketler ışığındaki uygulamadan ibarettir. Uygulama kapsamında, kadın girişimcilere yapılan anketler bilgisayar ortamına alınmış SPSS 10.00 for windows paket programından

yararlanılmıştır. Sorulan her soru için cevaplar sayı ve yüzde olarak yorumlanarak geliştirilen hipotezlerle aralarındaki ilişki ve anlamlılık ortaya konmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Girişim ve girişimcilik kavramları günümüzde çok sık kullanılan kavramlar olup girişim ve girişimciliği net bir tanımın içine yerleştirme oldukça zordur. İlk kez ortaçağda kullanılan bu kelimenin “entrepreneure” kökünden geldiği ve “iş yapan” anlamında olduğu görülmektedir. Bu tanım zaman içinde değişmiş, gelişmiş ve özellikle 20. yüzyılda bu kavram daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve tüm bunları yaşama geçirme süreci olarak anlamlandırılmaya başlanmıştır.⁹⁴

1.1.1. Girişim Kavramı

Girişim, başkalarının gereksinimlerini sürekli kılarak karşılamak üzere, pazarı olan ve pazarda bir fiyatı oluşan ekonomik mal ve hizmetleri ortaya koymak ve sahibine, yani girişimciye kar sağlamak amacı güden bir işletmedir; ya da girişimcilerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek için kurdukları ekonomik bir birimdir.⁹⁵

Girişim kavramına yönelik çok farklı yaklaşımlar vardır. Sözelimi girişimi doğa, sermaye ve emeğin birleştirilmesinden oluşan bütün olarak görenler olduğu gibi; girişimi işletme ile aynı fakat ayrı bir işlev olarak algılayanlar da vardır. Bu yaklaşıma göre girişim ve işletme bir organizasyonun iki ayrı işlevidir. Teknik anlamda üretim faktörlerinin birleştirilmesiyle ilgili çalışmalar işletmenin işlevleri, finansman, organizasyon, alım ve pazarlama gibi faaliyetler de girişimin işlevleridir. Yani işletme teknik bir konuyu, girişim ise yasal ve finansal konuları ifade etmektedir.⁹⁶

Girişim ile işletme kavramları genellikle birbirleriyle karıştırılmaktadır. Girişimi daha geniş işletmeyi daha dar algılayanlar olduğu gibi, işletmeyi daha geniş girişimi daha dar algılayanlar da vardır. Girişimi geniş algılayanlara göre işletme teknik bir

⁹⁴Uğur Dolgun, **Girişimcilik**, 1.Baskı, İstanbul, Alfa Basım, Ağustos, 2003, s.4.

⁹⁵Bülent Tokat, Derya Şerbetçi, **İşletmecilik Bilgisi**, 3.Baskı, İstanbul, 1998, s.10.

⁹⁶İter Akat, Gönül Budak, **İşletme Yönetimi**, 4.Baskı, İzmir,Barış Yayınları , 2002, s.4.

birim olup; fabrika, atölye, mağaza vb. birimleri ifade ederken, girişim ise hukuki, iktisadi ve finansal bir birim olup birden çok işletmeyi çatısı altında toplamaktadır.⁹⁷

Yukarıdaki değerlendirmelere bağlı olarak girişimcilik ve işletme kavramlarını birbirinden ayırma olanağına sahip olunmadığı fakat girişimin işletmeye göre daha geniş bir kavram olduğu kabul edilebilir. Girişim bir işletmeyi kurma düşüncesine sahip olma, bunun için çaba sarfetme ve bir işletmeyi kurma olarak tarif edilebilir. Her başarılı girişimin sonucunda bir işletme oluşmaktadır.

Bir birimin işletme olabilmesi için, insan gereksinimlerini karşılayıcı mal ve hizmet üretmek amacıyla üretim faktörlerinin bir araya getirilip faaliyette bulunması yeterli olmaktadır. Oysa, bir işletmeye girişim denilebilmesi için bu iki özellik yanında sürekli faaliyette bulunması, ürettiği ekonomik mal ve hizmetlerin başkalarının gereksinimlerini karşılaması, bu mal hizmetlerin bir fiyatının olması gerekmektedir.⁹⁸

1.1.2. Girişimci Kavramı

Girişimci piyasa ekonomisinde üretim faktörlerini biraraya getirerek üretime dönüştüren ve üretimi organize eden kimsedir. Girişimci kavramı sözlük anlamı olarak, iktisat teorisinde emek, sermaye ve doğal kaynaklar yanında dördüncü üretim faktörüdür. Genellikle işletme ve yöneticilerine verilen isim, doğan fırsatlardan yararlanma, yeni fırsatlar yaratabilme ve risk alma özelliği olan kişidir. Girişimci, müteşebbis olarak da tanımlanır.⁹⁹

Girişimci; ilk 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”¹⁰⁰olarak tanımlanmıştır. Girişimci halk arasında iş adamı, iş bilen, patron, kendi işini kuran becerikli kişi veya öncü atılğan gibi

⁹⁷Ömer Dinçer, Yahya Fidan, **İşletme Yönetimine Giriş**, 1.Baskı, İstanbul, İz Yayıncılık, 1995, s.16.

⁹⁸Tokat, Şerbetçi, **a.g.e.**, s.10.

⁹⁹Başar, Tosunoğlu, Demirci, **a.g.e.**, s.7.

¹⁰⁰Adnan Çelik, Tahir Demirci, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 1998, s.17.

değişik isimlerle anılan, başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları gören, onları birer iş fikrine dönüştürebilen ve risk almaya yatkın olan kişidir.

Girişimci değerlerini fazlaştırmak amacıyla kaynaklar, işgücü, malzemeler ve diğer varlıkları bir araya getiren ve aynı zamanda değişiklikler, yenilikler ve yeni bir düzen getiren kişi olmaktadır. Bu kişiler, genelde başarıya belki de başkalarının denetiminden kaçma gibi güçlerin etkisi altında bulunan insanlardır. Bir girişimci, bir işadammının gözünden bakıldığında; bir tehdit, saldırgan bir rakip olarak algılanabilmesine karşın, bir diğer işadammının gözünden bir dost, bir tedarik kaynağı, bir müşteri veya kaynakları kullanmanın, atık düzeyini azaltmanın daha iyi yollarını bulan ve “yaratıcı” kişi olarak görülmektedir.¹⁰¹

Yenilik yapmak ve yaratıcılık girişimcilik tanımını bütünleyen temel özelliklerdir. Girişimci; düşünce, buluş ve yenilik alanlarında hareket sağlayan, bu hareketi uygulayan ve işletmesini yeni alanlara, yeni fırsatlara yönelten kişidir. Girişimci değişiklikler yaratırken bir yandan da bu değişikliklerin sonuçlarından yararlanır.

Girişimci mal ve hizmet üretmek/pazarlamak üzere kar/zarar riskini göze alarak sahip olduğu sermayeyi yatırıma dönüştüren kişidir. Mal ve hizmet üretmek amacıyla yapılan yatırım etkinlikleri “girişim”, söz konusu işin sürekli bir meslek olarak sürdürülmesine ise “girişimcilik” denir.¹⁰² Girişimcinin çağdaş toplumdaki temel işlevi, sürekli yenilikleri gerçekleştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan, modern girişimcinin gücü; yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri gerçekleştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda girişimci kavramı, sürekli yenilik yapan kişi veya kişiler anlamında kullanılmaktadır.

Bilinenleri en iyi yapan hünerlerine aklını da katan, olağan ve olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak

¹⁰¹Mehmet Ali Gürol, **Türkiye’de Kadın Girişimci Ve Küçük İşletmesi**, Ankara, Atılım Üniversitesi Yayını, 2000, s.26.

¹⁰²Hasan Tutar, Orhan Küçük, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, 1.Baskı, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2003, s.23.

önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi yaratıcı girişimcidir.¹⁰³

20. yy da ortaya çıkan girişimcilik teorisine göre, girişimci risk alarak yenilik yapan kişidir. Diğer bir deyişle girişimci fırsatları gözlemleyen ve onları bulduğunda her türlü riski alarak gerçekleştirmeye çalışandır.¹⁰⁴ Girişimci, başta kendi enerjisi olmak üzere toplumsal kaynakları kullanarak mal ve hizmet üretimini yönlendiren kişidir.¹⁰⁵

Girişimci bir işletmenin tüm sermayesini sağlıyorsa bu girişimci tek kişi işletmesini oluşturur. Kişi, işletmenin ana ortaklardan birisi olabileceği gibi sermaye işletmelerinde payların büyük çoğunluğunu elinde bulunduran bir pay sahibi de olabilir. Bir kişinin girişimci olabilmesi için bir işletmenin paylarından çok küçük bölümüne sahip olması yetmez. Bunun yanında karar verme yetki ve sorumluluğunu kayıtsız olarak elde etmesi gerekir. Bir işletmeye sermaye yatırıp üretim araçlarını sağlayan girişimci aynı zamanda kendi emeğinin de işletmeye koyarak doğrudan yer alabilir; işletmenin yönetimini de üstlenebilir. Bu girişimci türü daha çok küçük işletmeler için geçerlidir. Girişimcinin işletmesi büyüdükçe beceri, eğitim ve deneyim olarak işlerin üstesinden gelmesi zorlaşır. Bu nedenle girişimciler işletmenin yönetimini başkalarıyla paylaşarak bu görevleri büyük ölçüde başkalarına aktarırlar.¹⁰⁶ Çeşitli yazarlar girişimciyi kendi anlayışlarınınca tanımlayıp, yorumlamışlarsa da bunların hemen hepsinde ortak olan noktalar vardır. Oda girişimcinin daima başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürmesi ve risk almaya yatkın olmasıdır. Bu iki özellik dünya girişimcilerinin hiç değişmeyen özelliğidir.¹⁰⁷

Yukarıda girişimci tanımlanırken; iş adamı, yönetici, patron gibi ifadeler kullanılmıştır. Yönetici ve girişimci kavramları bazen birbirine karıştırılarak tanımlansa

¹⁰³Barış Yıldız, "Girişimcilik Bir Hedef mi? Yoksa Bir Tutku mu?" www.ytukvk.org.tr/arsiv/barisyildiz1.htm (14.06.2005)

¹⁰⁴Dilek Çetindamar, Melih Pınarcıoğlu, **Türkiye’de Girişimcilik**, Lebib Yalkın Yayınları, TÜSİAF, 2002, s.33.

¹⁰⁵TÜSİAD, **Türkiye’de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler**, İstanbul, TÜSİAD Yayınları, 1987, s.43.

¹⁰⁶A.g.e, s.43.

¹⁰⁷TÜSİAD Basın Bülteni "Türkiye’de Girişimcilik Özet Bulgular", www.tusiad.org.tr, (27.02.2003)

da birbirinden çok farklı anlamlar taşıdıkları görülmektedir. Yönetici, kar ve risk başkalarına ait olmak üzere ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren ve böylece kurulan ya da çalışmakta olan işletmeyi amacına uygun çalıştırma sorumluluğunu üstlenen kişidir. Girişimci ise, ekonomik mal ve/veya hizmetleri üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren, kar amacı güden ve girişimlerin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanan kişidir.¹⁰⁸

Girişimci üretim eylemlerine katılırken sermayenin tamamını ya da bir kısmını kendisi koyar, kar elde etme amacı güder ve her türlü riske katlanır. Oysa yönetici genellikle sermaye ve elde edilen karla ilgisi olmayan ve riske katlanmayan kişidir. Yönetici girişimciye karşı sorumludur ve işletme amaçlarını en iyi biçimde gerçekleştirmek zorundadır.¹⁰⁹ 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 kişidir.¹¹⁰ Bir işletmede girişimci ve yönetici aynı kişi olabilir. Bu durumda girişimci hem işletmenin sahibi hem de yöneticisidir.

Aşağıda tablo 1.1. de girişimci ve yönetici arasındaki farklar verilmiştir. Bu farklar işgücü ve duygusal yönelim, analitik yönelim, kişisel yönelim ve yapısal – konumsal yönelimler olmak üzere dört açıdan ele alınmıştır. Tabloda görüldüğü gibi girişimci; yaratıcı, yapıcı, başarılı olmak isteyen, riski üstlenen, uzun vadeli düşünebilen kişi iken yönetici ise birleştirici, yetiştirici, daha kısa vadeli düşünen ve riski daha az üstüne alan kişi olarak sınıflandırılmıştır.

Girişimci yöneticiye kıyasla daha fazla işletme sahibi olmanın özelliklerini ve risklerini taşımaktadır. Girişimci kendi bulunduğu konumdan emindir. Yönetici ise kendi konumundan emin olmadığı için sürekli kendini kanıtlamak zorunda kalmaktadır.

¹⁰⁸Halil Can, Doğan Tuncer, D.Yaşar Ayhan, **İşletme ve Yönetim**, Aslımlar Basımevi, 1984, s.7.

¹⁰⁹Zeyyat Sabuncuoğlu, Tuncer Tokol, **İşletme I-II**, Bursa, Furkan Ofset Yayıncılık, 1997, s.4.

¹¹⁰Çelik, Demirci, **a.g.e.**, s.10.

Bu nedenle yönetici işletmenin öncelik ve risklerini girişimci kadar düşünmemektedir. Girişimci daha çok kontrol odaklıyken yönetici düzen odaklıdır.

Tablo 1.1. Girişimci ile Yönetici Arasındaki Farklılıklar

GİRİŞİMCİ		YÖNETİCİ
İŞGÜCÜ, DUYGUSAL YÖNELİM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Yaratıcı ve yapıcı ■ Başarılı olmak isteyen ■ Kişisel imajını ve çıkarımı ön planda tutan ■ Kendi yeteneklerini geliştirmeye önem veren ■ Şirketine sadık, yerel ve belirli oranlarda ve durumlarda risk üstlenmeye hazır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Birleştirici, yetiştirici, güç elde etmek ve etkin olmak isteyen ■ Örgütün imajını, çıkarımı ön planda tutan, örgütün ve personelin gelişmesine önem veren ■ Yöneticiliğe saygılı, kozmopolit, ancak destek sağladığı durumlarda risk üstlenmeye açık
ANALİTİK YÖNELİM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kendi sezgilerine güvenen ■ Uzun vadeli düşünen ■ Modelleri bir bütün olarak görme yeteneği olan 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analitik, tedbirli davranan ■ İş gereği daha çok kısa vadeli düşünen , detayları ve sonuçları görebilme yeteneği olan
KİŞİSEL YÖNELİM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kişisel, politik, insanlara yakın davranan ■ Merkezîyetçi, kendini sorgulayan ■ Aile bağlarına önem veren ■ Duygusal, sabırsız 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kendi olmayan, gerçekçi, insanlardan uzak duran ■ Merkezkaç, kendi işlerini delege eden ■ Aile bağları iş yaşamında önemli olmayan mantıklı, sabırlı
YAPISAL, KONUMSAL YÖNELİMLER	<ul style="list-style-type: none"> ■ İşletme sahibi olmanın önceliklerini ve risklerini taşıyan ■ Şirketin sahibi olduğu için konumundan emin olan ■ Konumu nedeniyle dikkat çeken ■ Aile çıkarlarıyla şirket çıkarları arasında bir seçim yapmak zorunda olan 	<ul style="list-style-type: none"> ■ İşletmeye bağımlı olmayan, daha az önceliklerle ve risklerle karşılaşan ■ Konumundan yeterince emin olmadığı için sürekli kendini kanıtlamak zorunda olan ■ Dikkati çekmeyen ■ Konumu nedeniyle aile ve şirket çıkarlarını ayrı tutabilen yönetilen

Kaynak: M. Tamer MÜFTÜOĞLU, **Girişimcilik**, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın No: 18, 5.Baskı, Eskişehir, 2000, s.13.

1.1.3. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik, literatüre bakıldığında oldukça belirsiz bir kavram olduğu görülmektedir. Bu kavram birçok yazar tarafından farklı bakış açılarıyla incelenmiş olup çoğunlukla ekonomistler tarafından yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak risk, sermayenin tedarik edilmesi, üretim faktörlerinin koordinasyonu gibi konular ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır.¹¹¹ Girişimcilik yeni bir işin başlatılması, gerekli kaynakların sağlanması ve bu işle ilgili risk ve kazançların kabul edilmesidir.¹¹²

Girişimcilik yeterli çaba ve zaman tahsis edilerek finansal, fiziksel ve sosyal risklere katlanarak parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde edilerek yeni bir değer yaratma sürecidir.¹¹³ Girişimcilik refah, sermaye, zaman ve belli bir kariyerde ilerlemeye ilişkin büyük riskleri üstlenebilen veya bir kısım ürün ve hizmetlerin değer kazanmasına katkıda bulunan bireyler tarafından yaratılmaktadır.¹¹⁴ Girişimcilik; risk ve belirsizlik koşulları altında, kazanç elde etme ve büyüme amacı ile yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasıdır. Aşağıda bir süreç olarak girişimciliğin farklı tanımları yer almaktadır¹¹⁵:

- Girişimcilik; fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türüdür.
- Girişimcilik; bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir,
- Girişimcilik; niyet, kaynak, sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak yeni birleşimler yaratma sürecidir,

¹¹¹ Mehmet Başar, B.Tuğberk Tosunoğlu, Emre Demirci, **Girişimcilik ve Girişimciliğin Yol Haritası İş Planı**, Eskişehir Ticaret Odası Yayını, Eskişehir, 2001, s.6.

¹¹² Selahattin Atik, "Kültürün Girişimciliğe Etkisi", www.kho.edu.tr/yayinlar/bilimdergisi/doc/2002-3/4-bilder.doc, (10.12.2004)

¹¹³ Dolgun, **a.g.e.**, s.4.

¹¹⁴ R.Hisrich, P.Peters Michael, **Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise**, Third Ed, Richard D.Irvin Inc, 1985.p.9.

¹¹⁵ Marc J.Dollinger, **Entrepreneurship**, Second Edition, 1999, p.4.

- Girişimcilik; daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır,

- Girişimcilik; daha önce rutin, sıradan iş süreçlerinde yapılmayan farklı bir Őeyler yapmaktır.

Girişimciliğin tanımı tam olarak ortaya konamasa da, varlığının dolayısıyla da etkisinin herkes tarafından hissedildiği konusunda bir Őüphe yoktur. Girişimcilikle ilgili bu tanımlar incelendiğinde, girişimcilik kavramının, yenilik ve yaratıcılığı içerecek Şekilde tanımlandığı görölmektedir. Günümüzün modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticilerinin girişimcilik kavramını; yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıkladıkları görölmektedir.¹¹⁶ Yukarıda yapılan girişimcilik tanımlarının odaklandığı temel noktalar yenilik, yaratıcılık ve risk almaktır. Bu üç kavram birleşerek girişimciliğin ana temasını oluşturmaktadır.

1.2. GİRİŞİMCİLİĞİN NEDENLERİ

İnsanlara psikolojik, sosyolojik ve antropolojik yönden yaklaşıldığında hemen tamamının yaşamdan benzer beklentilerinin olduğu saptanabilmektedir. Birçok insan kendisinin başka insanlardan farklı olduğunu düşünür ya da başka insanlardan farklı olmak için uğraş verir. Kişiler ekonomik güçleri ölçüsünde farklılaşmakta, ekonomik sorunlara çözüm bulabildikçe de popölariteleri artmaktadır.¹¹⁷

¹¹⁶Sezer Korkmaz, "Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", **Hacettepe Üniv. İ.İ.B.F.Dergisi**, 2000, Sayı 18, s.s. 163-179

¹¹⁷Akdemir, **a.g.e.**, s.101.

Bu nedenle kişileri girişimciliğe yönelten birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar üç ana grupta toplamak mümkündür:¹¹⁸

- Kar elde etme isteği,
- Bağımsız olma isteği ve
- Kişisel tatmin sağlama isteği.

Bu faktörler daha detaylandığında bazı insanları girişimciliğe sevk eden faktörler daha da iyi anlaşılacaktır. Yukarıdaki yargılardan hareketle kişileri girişimciliğe yönlendiren temel faktörler aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılacaktır.

- Parasal Harcamalarda Esnekliğe Sahip Olmak : İnsanların gereksinimlerinin sonunu getirmek hiçbir zaman mümkün olmamakla birlikte, insanların ortak harcama güdülerinin belirgin bir düzeyini belirlemek mümkün olabilmektedir. Harcamanın düzeyi her insan için farklı olmaktadır. Her insan para harcamak istemekte, ancak bunu her zaman gerçekleştirememektedir. Hele başkasına çalışarak yaşamını sürdürüyorsa onun için gereksinimlerinin karşılamanın sonu gelmeyecektir. İnsanların gereksinimlerini karşılayamama durumunda kalmamak için girişimci olmaya yönlendikleri görülmektedir. İsteyip de yapamamak, arzu edip de ulaşamamak gibi durumlar insanların kişilik yapılarında zedelenmeye neden olacağı için kişiler harcama portföyünü genişletmek ve refah toplumunun bireyi olmak için girişimciliğe adım atmaktadır.¹¹⁹

- Güven ve Statü Kazanmak : İnsanların yaşadıkları günde ve gelecekte kendilerini güvenli hissetmeleri ancak belirli şartları taşıdıkları zaman sağlanabilir. Bunlar öncelikle yaşamda karşısına çıkabilecek olağanüstü durumlara hazır olmak ve korkusuzca davranabilmektir. Bunun yanı sıra günümüzde para önemli bir güç kaynağıdır. Para insanın kendine olan güvenini ön plana çıkarmaktadır. Parayla

¹¹⁸Ruhi Açıkgöz, **Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo-Kültürel Faktörler**, Ankara, DPT Yayınları, 1990, s.26.

¹¹⁹Yılmaz Yalçın, **'Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesi Gereklidir. Tezine Bir Model Önerisi: İş Kurma ve Yatırım Danışmanlığı Kurulu'**, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, 1998, s.25.

birlikte kültürünü de genişletebilen insan kendini günümüzde ve gelecekte güvende ve toplum nezdinde de bir statü kazanmış varsayar. Başkasına bağlı olarak çalışan kişilerin bir çoğunda bunların olmayacağı düşünülürse, girişimciliğin kişilere güven kazandırdığı da görülmektedir. Günümüz koşullarında bütün insanların temel yöneliminin para kazanmak ve kültürlü olmak olması gerektiğini, bunun yanı sıra bilgili ve kültürel aktivitesi yüksek olanların girişimci olması gerektiği belirtilmiştir. Toplum nezdinde saygı beklemek, sorunlara nüfuz etmek için de girişimciliğin gerekli olduğu bilinmektedir. Kültür ile parayı bir araya getirip, entegre edebilen kişiler haklı olarak statü de elde etmiş olacaklardır.

- Toplumda Kendine Bir Yer Edinmek : İnsanların bir çoğunda yaşarken ve öldükten sonra toplum içerisinde sürekli anılmak ve sözü edilmek güdüsü vardır. Girişimci olarak insanlar toplum nezdinde kahraman olarak anılmak istemiyorlarsa o zaman günümüzdeki yöntemleri tercih etmek durumundadırlar. Üretim yaparak, insanları istihdam ederek, işsizliği azaltarak, vergi ödeyerek, ihracat yaparak kahraman olma güdülerini tatmin etmeye çalışmalıdırlar. Japonya’da asaletin, dürüstlüğün, çalışkanlığın, vatanseverliğin simgesi olan samurai (askerlik) felsefesi girişimciliğe uyarlanmış ve ondan sonra da çalışkan, üretken, ihracat yapan, istihdam yapan, vergi ödeyen kişiler samurai mensuplarının aldığı özelliği almıştır. Sonuçta bir çok Japon samurai çizgilerinde girişimci olmaya motive olmuş ve Japon kalkınması bugüne gelmiştir.¹²⁰

- Bilgi Toplumunda Yaratıcı Düşünceleri Uygulamak : İçerisinde yaşadığımız bilgi toplumu üretken, yaratıcı, tartışmacı, kendine ve ülke sorunlarına duyarlı, paylaşımcı, fırsatları değerlendirici, teknolojiden yararlanıcı bireylerin varlığını gerekli kılmaktadır. Sürekli kendisini yenileme ve aşma, yeni ürünler yaratma güdüsü içerisindeki bir girişimci yukarıdaki bilgi toplumu bireyinin öğeleriyle çakışabilecektir. Bilgi toplumu, bilgi çağı verilerinden etkilenen, bunları işleyerek etkileyen bir konumda olmak da girişimciliği gerektirmektedir.¹²¹

¹²⁰Yılmaz, a.g.e., s.27.

¹²¹ Şakir Dansık, **Türkiye’deki Girişimci Profili**, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2001, s.10.

1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN YARARLARI VE SAKINCALARI

Kişinin kendi işini kurmasının ya da yönetmesinin çeşitli yarar ve sakıncaları vardır. Girişimci işe başlamadan önce bu sakıncaların farkında olmalı, iyi bir analiz yapmalı ve ona göre girişimciliğe başlamalıdır. Girişimciliğin sadece kişinin kendisine değil topluma da büyük yararları vardır. Girişimciliğin sakıncaları ise sadece girişimi üstlenen kişiye yani girişimciye aittir, toplum açısından hiçbir sakıncası yoktur. Aşağıda girişimciliğin yarar ve sakıncaları özetlenmeye çalışılmıştır.

1.3.1. Girişimciliğin Yararları

Girişimcilik, işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunduğu için ekonomik büyümenin önemli bir bileşenidir. Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür.¹²² Çünkü girişimci; üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar. Ayrıca kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır. Bu yönüyle girişimci toplumsal yarar sağlayan ekonomik bir aktördür.¹²³

Girişimci yeni düşüncelerin yayılması ve uygulanmasını hızlandırır ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına da yol açar. Teknoloji kullanılan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır. Girişimciliğin ülke ekonomisine bu kadar katkısı olduğu gibi girişimcilere de yararları vardır. Girişimciliğin yararları aşağıda kısaca özetlenmiştir:¹²⁴

¹²² Ayşen Arıduru, 'Girişimcilik Neden Önemlidir?', [www.fortune.kariyer eğitim ve danışmanlık](http://www.fortune.kariyer_egitim_ve_danismanlik.com), (03.06.2004)

¹²³ A.g.e., (03.06.2004)

¹²⁴ Arıkan, a.g.e., s.47.

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

- **Başarma Hırsı** : Girişimciler için yeni bir başlangıç yaparak iş kurmak oldukça anlamlıdır. Girişimci bir şey oluşturma fikrini gerçekleştirerek kişisel tatminini sağlar; ayrıca bu fikrini karlılığa dönüştürmekle de başarı hissini alır. Girişimcilerin fikrinin başarıya dönüşmesi girişimcileri daha da isteklendirir ve başarma hırsıyla birlikte daha kalıcı işler yaparlar.

- **Finansal Kontrol** : Girişimcilerin finansal anlamda bağımsızlıklarının olması genelde çok varlıklı oldukları hissini doğursa da girişimcilerin çoğu aslında büyük bir servet sahibi bile değildir. Onların asıl istediği finansal kararlar üzerinde kontrol sahibi olmaktır.

Tüm bu açıklamaların ışığında girişimciliğin yararlarını sıralarsak;¹²⁵ Girişimci kişi kendi işinin patronudur, başkalarından emir almaz, yeteneklerini kullanabilir. Girişimci istediği bir işte çalışır. Günümüzde çok kez insanlar istemedikleri ya da ikinci, üçüncü sırada istedikleri işlerde çalışmak zorundadırlar, girişimci belli bir süre sonra yaptığı iş sektöründe tanınır ve prestij kazanır. Girişimci başkalarının göremedikleri ya da uğraşmadıkları işleri keşfeder ve bunlarda kendileri için fırsat oluşturur.

1.3.2. Girişimciliğin Sakıncaları

Girişimciliğin yararları olduğu kadar sakıncaları da vardır. Girişimcilik, aslında bir kişinin seçebileceği en zor mesleklerden birisidir. Girişimci olan kişi işletmesini kurmadan önce bu sakıncaların bilincinde olmalı; bunları göze alarak girişimciliğe

¹²⁵Uğur Kınay, 'Sosyo Kültürel Ortamın Girişimcilere Etkileri', **İş Fikirleri Dergisi.**, 1998, s.12.

başlamalıdır. Girişimcilerin temel sakıncalarını aşağıdaki şekilde ifade etmek mümkündür:¹²⁶

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

- **Sorumluluk Yükü** : İşletmede çalışanların aksine girişimcinin taşıdığı sorumlulukları vardır. Girişimcinin işgörenlerle ilişkileri mesafelidir. Girişimciler her zaman “tepedeki yalnız” kişilerdir. İşletmede girişimciden başka birikimlerini harcayan, evi işletmenin borçlarına teminat olarak gösterebilen ve aybaşında ödenecek paraları bulmak zorunda olan başka birisi yoktur. Bunun yanı sıra işletme çalışanları kendi alanlarında uzmanlaşırken girişimciler, tüm işlevleri yönetmek zorundadır. Yeni bir iş açmanın sakıncalarından bir diğeri ise yeni bir iş yeri açmak için girişimcinin birçok kuruma belge sunmak zorunda olmasıdır. Bürokratik zorluklar hem zaman hem de enerji kaybına neden olur. Son bir sakınca ise özellikle küçük girişimcilerin, büyük reklam harcamaları yapabilen ve geniş dağıtım ağına sahip birçok büyük işletmenin yanında ürünleri için talep yaratamama sorunu ile karşılaşmasıdır.

- **Zarara Fazla Tolerans Gösterememek** : Girişimci küçük işletmelerde finansal kaynağa sahip tek kişi olduğu için finansal sorunlarla her an karşı karşıya kalma olasılığı yaşamaktadır. Uzun yıllar başarılı biçimde yaşayan işletmeler yanlış bir karar ya da yönetimdeki bir zaafiyet nedeni ile kapanmak zorunda kalabilir. Bunun tek sorumlusu da girişimci olur.

¹²⁶Arıkan,a.g.e., s.48.

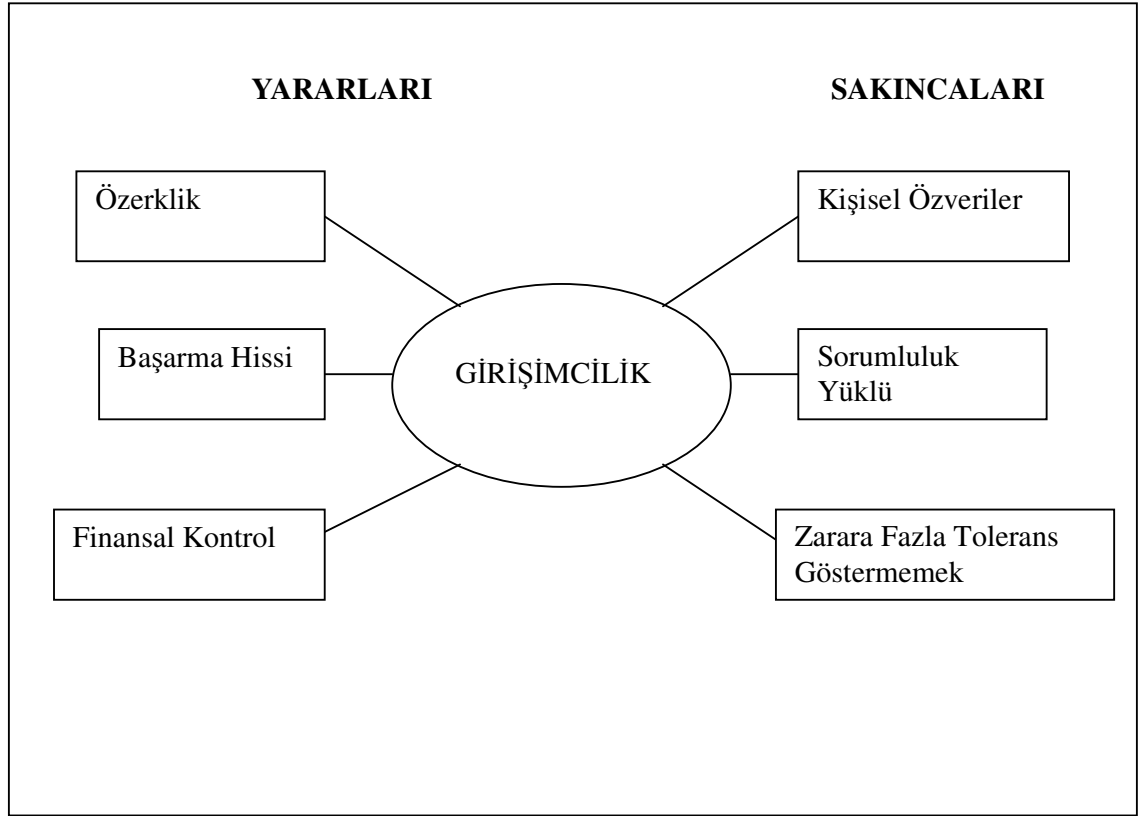
Belirli ücret sınırları içerisinde çalışmak zorunluluğu bulunan birçok kişi bağımsız çalışmayı daha çekici bulur. Profesyonel ve teknik eğitime sahip olan, yeterli iş deneyimi bulunan, çeşitli nedenlerle başkalarının yanında çalışma olanağı bulunmayan veya sınırlı olan birçok kimse kendine iş kurarak girişimciliğe başlar. Belirli bölgelerde endüstrinin bulunmaması, kişilerin iş yaşamına atılmalarına neden olabilir. Kimi durumlarda da, büyük işletmelerin neden oldukları tekeller ve bürokrasiye gösterilen tepki nedeniyle kişilerin iş yaşamına atıldıkları görülmektedir. Girişimci olan iş adamlarının bunu tercih etmelerindeki önemli bir neden de, aileden kalma bir işletmeyi devam ettirme mecburiyet veya arzudur. Girişimcilik sadece bir işletme kurmak değildir. Bunun yanı sıra hali hazırda kurulmuş bulunan bir işletmeyi devralma ya da franchising uygulamaları da diğer girişimcilik şekilleridir. Kurulmuş bulunan bir işletmeyi devralmak her şeyden önce girişimciye zaman kazandırmaktadır. Bunun yanı sıra, girişimci bu yolla yetişmiş işgücü, ekipman vb. gibi kendisinde olmayan kaynaklara sahip olma şansını da yakalar. Kurulmuş ve piyasada belli bir yer ve imaj kazanmış olan işyerinin müşteri kitlesi de hazırdır. Girişimci devraldığı işin daha önceden kurulmuş olan bağlantılarını örneğin tedarikçi, dağıtım kanalları vb. kullanma imkanı bulur.¹²⁷

Bir işi devralmanın çeşitli yararlarının yanı sıra bazı sakıncaları da mevcuttur. Her şeyden önce girişimci devraldığı işletmenin tüm problemlerini devralmış demektir. Bunun yanı sıra, devralınan işletmenin piyasa da kötü bir imajı ya da ürününde/hizmetinde bir sorun varsa girişimcinin bu durumu düzeltmek için çok çaba sarf etmesi gerekir.¹²⁸ Yukarıda kısaca açıklanan girişimciliğin yarar ve sakıncaları aşağıda şekil 1.1 üzerinde özetlenmeye çalışılmıştır.¹²⁹

¹²⁷ Arıkan, a.g.e., s.49.

¹²⁸ Dilek Çetindamar, 'Risk Sermayesi, Girişimcilik ve Türkiye'nin Geleceği', www.tugiad.org.tr/bultendosya/DİLEKÇETİNDAMAR2[1].p.d.f. (27.04.2005)

¹²⁹ Arıkan, a.g.e., s.47.



Şekil 1.1. Girişimciliğin Yarar ve Sakıncaları

Kaynak : Semra Arıkan,**Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Siyasal Kitabevi , Ankara, s.47.

Yukarıda şekil 1.1’de görüldüğü üzere girişimciliğin girişimciye özerklik, başarıma hissi ve finansal kontrol yararının yanında katlamak zorunda olduğu kişisel özveriler, sorumluluk yükü ve karşılaşılan zarara fazlaca tolerans göstermek gibi sakıncaları vardı. Girişimci bunları göze alarak girişime başlamalıdır.

1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL İŞLEVLERİ

Girişimcinin temel işlevleri, her alandaki yeniliği başlatan kişi olduğundan dolayı yeniliklerin sürdürülmesi ve geliştirilmesi için istikrarlı karar ve uygulamaları sonucunda gerçekleşecektir. Bu açıdan modern girişimcinin gücü; yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticari ürünlere dönüştürebilme kapasitesine dayanır.¹³⁰ Girişimcinin karar ve uygulamaları almaya yönlendiren girişimci kültür ve zihniyetinin oluşumunda, bu kişilerin girişimci olmadan önceki uğraşları, eğitim düzeyleri gibi toplumsal ve ekonomik nitelikleri ile bireysel özellik ve davranış boyutları etkili olacaktır.

Bu bağlamda girişimci kavramı; sürekli yenilik yapan kişi veya kişiler anlamında kullanılmaktadır. Girişimciye atfedilen “yenilikçi” nitelemesi ise; piyasaya yeni ürünlerin sunulması, yeni bir üretim tekniğinden yararlanma, yeni pazarlar elde etme, yeni hammadde ya da yarı mamul kaynağının bulunması ve nihayet yeni bir organizasyon biçiminin gerçekleştirilmesi hususlarını kapsar. Toplumda girişimci rolünü üstlenen kimselerin yüklendiği işlerin bütünü girişimcilerin işlevleri olarak nitelendirilir. Çağdaş bir girişimcinin yerine getirmesi beklenen işlevler şöyle sıralanabilir:¹³¹

- Yeni Mal ve Hizmet Üretmek veya Bilinen Mal ve Hizmetlerin Nitelik ve Kalitelerini Yükseltmek : Girişimciler yeni üretilen malı, ilk kez tüketiciye sundukları için diğer rakipler ortaya çıkana kadar büyük karlar elde ederler. Bu işlevi 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 karlar sağlayabilirler.

¹³⁰Adnan Kasapçı, “Girişimcilik Üzerine – Yitik Değerlerimize Kısa Bir Yolculuk”, www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl/gos.php.nt=518, (12.09.2006)

¹³¹Tokat, Şerbetçi, **a.g.e.**, s.8.

- **Endüstride Yeni Organizasyonlar Kurmak** : Bununla girişimcilerin belirli bazı örgütlenmelere giderek, gerek örgütsel ve gerekse çevresel yapıyı değiştirmeleri ifade edilmek istenmektedir. Girişimcilerin örgütlenerek kartel, tröst veya holding kurmalarındaki amaç piyasaya hakim olmak, böylece büyük karlar elde etmektir.

- **Yeni Pazarlara Ulaşmak** : Girişimcilerin bir diğer işlevi ise ülke içinde ve dışında yeni pazarlar bularak mal ve hizmet satışlarını artırmak ve bu yolla pazar payını geliştirmektir.

- **Hammaddelerin ve Benzeri Maddelerin Sağlanabileceği Yeni Kaynaklar Bulmak**: Girişimciler ülke içinde veya dışında üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup, bunları denetimleri altında toplarlar. Petrol ve çelik bunun belli başlı örneklerini oluşturmaktadır.

- **İşletme Stratejilerini Belirlemek** : İşletmenin gelecekteki faaliyetlerine yön verecek stratejiler girişimci tarafından belirlenir. Bu nedenle girişimcilerin geleceği bugünden planlayabilme özelliklerinin olması gerekmektedir.

- **Yönetim ve Örgüt Politikalarını Belirlemek** : İşletmenin yönetsel ve örgütsel politikalarının belirlenmesi de girişimcinin sorumluluğu içerisindedir. Girişimcinin işletmeyi analiz edebilme yeteneği; belirlenen yönetsel ve örgütsel politikaların etkinliği açısından oldukça önemlidir.

- **Çevreyi Takip Etmek** : Girişimcinin işletmenin karşısına çıkacak değişme ve gelişmelerin fırsat mı yoksa tehdit mi oluşturacağını tahmin etmesi; fırsatları en iyi şekilde değerlendirerek, tehditleri giderecek etkin önlemler alması gerekmektedir.

Girişimcilik, bir kavram olarak kuralcı bir anlam yükliüdür. Bir kişinin girişimci olabilmesi için risk ve sorumluluk üstlenebilme, dinamik bir kişilik, yeniliklere açık olma, büyüme tutkusu gibi belirli niteliklere sahip olması gerekmektedir. Girişimcileri

girişimci olmayanlardan ayıran bir takım özellikler vardır ki bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:¹³²

- Kaynaklar hakkında öngörüle bulunmak,
- İşi planlamak,
- İnsanlarla çalışmalar yaparak onları örgüt içinde bulunmaya razı etmek,
- Girdiler sağlamak,
- Örgüt içinde girdileri işleyerek tekrar kullanıma sunmak ve
- Kar sağlamak.

Sonuç olarak girişimciliğin net bir tanımını yapacak olursak, “girişimcilik, çevresine bakmasını ve gereksinimleri görmesini bilen, bu gereksinimleri bir iş fikrine çevirebilen, risk alabilen, yaratıcı düşünebilen, iş yapabilmek için gereken kaynaklara sahip olmasa da bunları biraraya getirmesini becerebilen kişidir.”¹³³ Girişimci; düşünce, buluş ve yenilik alanlarında hareket sağlayan ve uygulayan kişidir. Örgütü yeni alanlara, yeni kuruluşlara ve yeni fırsatlara yöneltir. Girişimci bir yandan değişiklikler yaratırken, bir yandan da bu değişikliklerin sonuçlarından da yararlanır.

1.5. GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRLERİ

Girişimcilik, çevresel faktörlerden doğan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar oluşturabilme amacıyla ekonomik mal ya da hizmet üretmek üretim faktörlerine sahip olma, örgütlenme yeteneği ve risk alma faktörleri ile bağdaştırılmaktadır.

Girişimcilik temel olarak üç gruba ayrılmakta olup, bunlar; klasik anlamda, küresel anlamda ve güncel anlamda girişimciliktir.¹³⁴

¹³²Tutar, Küçük, **a.g.e.**, s.29.

¹³³Çelik, Akgemici, **a.g.e.**, s.21.

¹³⁴Dansık, **a.g.e.**, s.40.

1.5.1. Klasik Anlamda Girişimcilik

Klasik anlamda girişimcilik; fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olarak ikiye ayrılmakta olup her iki girişimcilik türü de kısaca aşağıda özetlenmiştir.

- **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 sunulmaması veya pazarın isteğine uygun fiyat ve kalitede mal sunulmaması nedeniyle ortaya çıkan fırsatları değerlendirmeyi öngörmektedir. Fırsat girişimciliğinden gerekli şekilde yararlanabilmek için girişimcinin pazardaki fırsatları değerlendirebilecek ve kar edebilecek bir bilgi birikimi ve yeteneğe sahip olması gerekir.¹³⁵

- **Yaratıcı Girişimcilik** : Yeni bir fikir ve buluşu ya da mevcut bir mal veya hizmeti dizayn ederek ve fiyat, kalite gibi özellikleri iyileştirerek kar edebilecek şekilde pazara sunulmasıdır. Sanayileşmenin gelişmesiyle birlikte işbölümü ve uzmanlaşmaya gereksinim artmıştır. Finansman, üretim, pazarlama, araştırma vs. gibi işlevler gündeme gelmiştir. Bu durumda girişimci söz konusu dallarla ilgili görev ve yetkileri yöneticilere bırakırken, kendisi uzun dönemli stratejik kararların alınmasını görevini üstlenmiştir. Yatırımcı girişimcilikte sermaye sahibinin egemenliği ve yönetimde son sözü söyleme hakkı girişimcidedir.¹³⁶

1.5.2. Küresel Anlamda Girişimcilik

Günümüzde girişimcilik kavramının boyutları hızla değiştiği için girişimcilikte coğrafi sınırların anlam ve öneminin kaybolduğu görölmektedir. Küresel işletmecilikle birlikte girişimciliğinde küresel boyutta yapıldığı görölmektedir. Küresel anlamda girişimcilik üç gruba ayrılmakta olup bunlar aşağıda kısaca özetlenmiştir.¹³⁷

¹³⁵Berrin Zöhre,“**Girişimcilik**”, Ç.Ü.O.M.Y.O., Ön Lisans Tezi ,Osmaniye, 1998, s.26.

¹³⁶Mahmut Tekin ,**Girişimcilik**, Damla Ofset Matbaası, Konya, 1999, s.s.2-3

¹³⁷A.g.e.,s.4.

- **Yerel Girişimcilik** : Yeni işe başlayan ve girişimciliğin başlangıcında 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 işletme sermayesi, çalışan sayısı ve iş hacmi çok büyüktür

1.5.3. Güncel Anlamda Girişimcilik

Güncel anlamda girişimcilik; iki türden oluşmakta olup bunlar kamu girişimcileri ve piyasa ekonomisi içindeki girişimcilerdir.¹³⁸

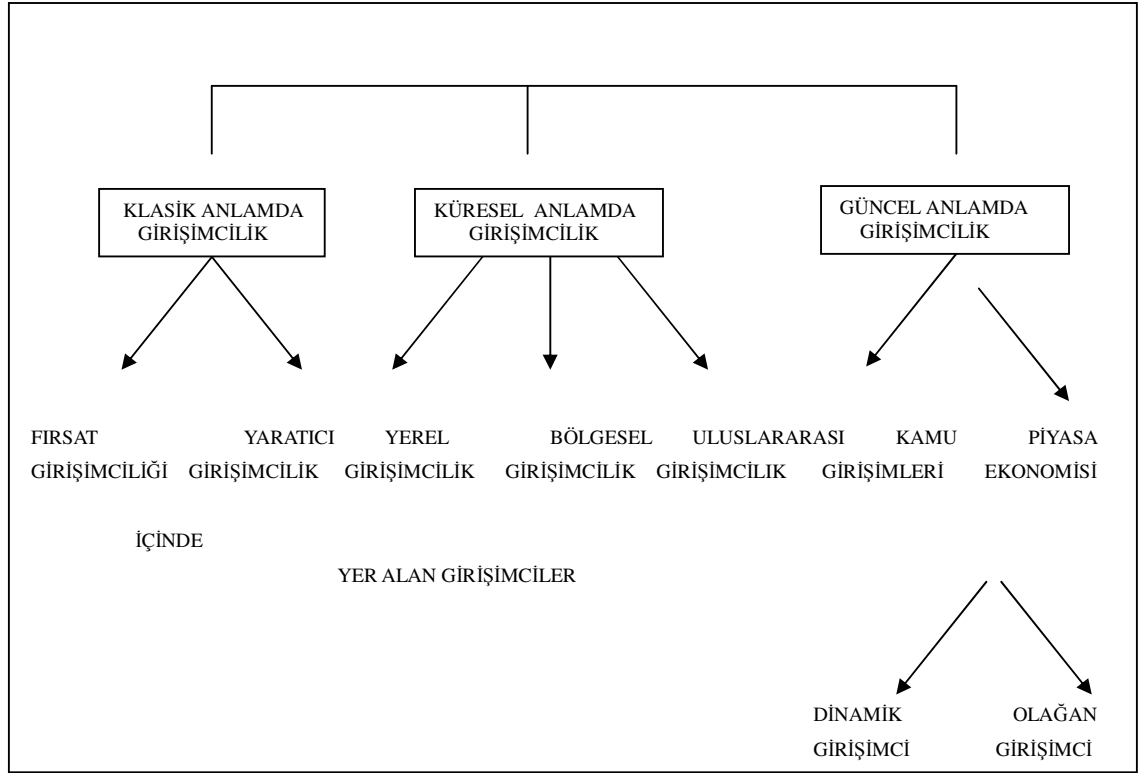
- **Kamu Girişimcileri** : Genelde katı bütçe kısıtlamaları ile ve siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak çalışırlar. Yani kimi zaman ekonomik kısıtlamaların ağırlık kazandığı alanlarda; genellikle dışarıdan gelen dürtülerle karar veren, kendi yarattığı kaynakları değil, hazır ya da kamunun ürettiği kaynakları kullanan kişidir.

- **Piyasa Ekonomisi İçinde Yer Alan Girişimcilik** : Dinamik (yenilikçi) girişimci ve olağan (takipçi) girişimci olarak ikiye ayrılabilir. Yenilikçi girişimciler piyasadaki değişimi izleyen yeni fikir ve yeni pazar arayışında olan yeni mal ve hizmet tasarlayan girişimcilerdir. Takipçi girişimciler ise; piyasadaki gelişmeleri izlemekle yetinen bu gelişmelere göre davranan, yenilik yapan girişimcilerin yolunda giden girişimcilerdir.

Ülkemizdeki girişimciliğin son yıllarda daha bilinçli ve profesyonelce yapıldığı görölmektedir. 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 girişimcilerin yaygınlaşması

¹³⁸ Arıkan, a.g.e., s.50.

olumlu bir gelişmedir.¹³⁹ Yapılan açıklamalar sonucunda belli başlı girişimcilik türlerini aşağıdaki şekilde göstermek mümkündür.



Şekil 1.2. Girişimcilik Türleri

Klasik iktisatta üretim faktörleri; emek sermaye ve doğal kaynaklar olarak sınırlanır. Schumpeter tarafından tanımlanan girişimci tipi dinamik girişimci tipi olarak literatüre geçmiştir. Schumpeter, girişimcilikte dinamizm boyutunun, ekonomik kalkınma açısından çok büyük önemi olduğunu vurgulamıştır. Dinamik girişimciler; yeni pazarlar oluştururken, yeni tedarik ve finans kaynakları kullanarak, yeni üretim

¹³⁹ Adnan Çelik, Tahir Akgemici, **Girişimcilik Kültürü ve Kobiler**, Nobel Yayın Dağıtım, 1998, s.s.18-19

teknikleri ve organizasyon şekilleri geliştirerek ekonomik gelişmenin öncülüğünü üstlenebilen girişimcilerdir.¹⁴⁰

1.6. GİRİŞİMCİLERİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Yaradılış ve güdüler açısından bakıldığında birçok değişik niteliklere sahip girişimcilerin bulunduğu görülmektedir. Girişimcilerin sahip olmaları öngörülen özellikler yelpazesi çok geniştir. Herhangi bir girişimci bu özelliklerin tümünü taşımayabilir. Hiçbir girişimci, kişisel özellikleri açısından bir diğerine benzemez; genellikle birbirinden belirgin biçimde farklıdır. Fakat, farklı kişilik özellikleri ve beceriler açısından bakıldığında; girişimciler bir kategori olarak girişimci olmayanlardan belirgin biçimde ayrılırlar. Girişimcilerin, çoğunlukla özgüven, risk altına girme, esneklik, başarı ve bağımsızlık gereksiniminin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.¹⁴¹ Girişimcilerin özellikleri aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılacaktır.

- Vizyon Sahibi ve Hayal Gücü Kuvvetli Olma : Vizyon geleceği düşünmek ve tasarlamaktır.¹⁴² Bu nedenle vizyon kavramı genel olarak, geleceği görme ve geleceğe başarı ile ulaşmayı ifade eder. Girişimcilikte sürekli yenilenen ve değişen bir dünya görüşü vardır. Girişimcinin böyle bir dünya görüşüne sahip olması ise, iyi bir vizyon sahibi ve hayal gücünün kuvvetli olmasına bağlıdır. Girişimci yaratıcı hayal kurabilen kişidir. İleriyi görebilmek; hem görme yeteneğine hem de yaratıcı hayal gücüne sahip olmayı gerektirir.¹⁴³ Çağımızın hızlı değişimine ayak uyduracak, hedef ve amaçlara ulaşabilecek kişiler bu özellikleri taşıyan girişimcilerle olacaktır.

- Özgüveni Yüksek ve Sorumluluk Sahibi Olma : Girişimciler risk taşıyan sonuçlara karşı sorumluluk hissederler ve kaynakları kontrol ederek kendi amaçlarına ulaşmak için bu kaynakları kullanırlar.¹⁴⁴ Girişimciler amaçlarını gerçekleştirmede

¹⁴⁰Müftüoğlu, a.g.e., s.37.

¹⁴¹Dilek Eyüboğlu, **Girişimciliğin Geliştirilmesi**, Ankara, MPM Yayınları, 2003, s.12.

¹⁴²Ş.Şule Erçetin,**Lider Sarmalında Vizyon**, Ankara, Nobel Yayın, 2.Baskı, 2000, s.93.

¹⁴³Ali Akdemir, **İşletme Bilimine Giriş**, s.176.

¹⁴⁴Şule Özkan, Fatma Gündoğdu, Ö.Selçuk Emsen, Hayati Aksu, Sinan Başar, **KOBİ'lerde Girişimcilik - Yenilikçilik : Türkiye'de Gelişmiş ve Az Gelişmiş Bölge Düzeyinde Bir Analiz**, Atatürk Üniversitesi Yayınları No:29, Erzurum, 2003, s.13.

güçlerine ve yeteneklerine güvenirlir. Girişimciler eylemler sonucunda başarısızlıkla karşılaştıkları zaman hatayı kendilerinde ararlar ve karşılaştıkları problemleri çözmek için çaba harcarlar. Eksiklerini görür ve onları gidermeye çalışırlar.

- **Analitik ve Sentezci Düşünme Yeteneğine Sahip Olma** : Girişimcinin izleyeceği değişmez bir kurallar dizisi yoktur. Onlar, her zaman detaylı düşünmek ve belirsizlik ortamında hızlı kararlar alarak uygulamaya geçmek zorundadırlar. Girişimci özellikleri hızlı düşünme, belirsizlik altında karar alma, kararlı ve azimli olmayı içerir. Sentezci düşünme yeteneğine sahip girişimciler, birbirinden kopuk bilgi ve kavramları değerli bir fikir ve ürün yaratmak için birleştirebilirler.¹⁴⁵ Bu nedenle girişimciler olayları analiz ederek, farklı çözüm yolları bulabilecek yeteneğe sahip olmalıdır.

- **Eğitilmiş Olma** : Günümüzde çalışma yaşamı kuşkusuz eğitilmiş ve başarılı olmak olguları üzerine kurulmuştur. Bunun için insanlar başarıyı yakalamak, bir bakıma bir üst sınıfa (kariyer ve ücret bakımından) yükselmek için, eğitime büyük gereksinim duymuşlar ve kaynaklarının büyük bir kısmını eğitim üzerine harcamaya başlamışlardır. Çağımızda eğitim sürecinden geçmemiş bir kimsenin, kendi kendine yetişme olanağı bulursa da, tam olarak yeteneklerini geliştirmesinin mümkün olmadığı görülmektedir. Bu yüzden, bir insanın kendini ve ailesini geçindirecek bir iş veya kariyer sahibi olabilmesi; başkaları ile iyi ilişkiler kurabilmesi; ailesinin ve toplumun kendisinden belediklerini yerine getirebilmesi için, temel eğitimden geçmesi gerekmektedir.¹⁴⁶

Günümüzün çağdaş girişimcisi ile geleceğin girişimcisinin ilk özelliği girişimcilik konusunda eğitim almak zorunda olmasıdır. Eğitilmiş olmak, bir yandan girişimciliği özendirecek girişimci kültürünün oluşmasını sağlayacak, bir yandan da girişimcilik yeteneğinin artmasını sağlayacaktır.¹⁴⁷

¹⁴⁵Asuman Uluçınar Türkel, **Globalleşen Dünyanın Süper Yöneticilerine**, İstanbul, Türkmen Kitapevi, 1999, s.155.

¹⁴⁶Aygüden Yılmaz, 'Eğitimin Toplumsal Faydaları', **Dünya Gazetesi**, İstanbul, 5-6 Temmuz

¹⁴⁷KOSGEB GGE, **Türkiye'de KOBİ'lerin Girişimcilik Eğitimi İhtiyacı**, Uluslararası Semineri, ODTÜ Kongre ve Kültür Merkezi, Ankara, (11.06.2003)

- **İleriye Görebilme ve Analiz Yapabilme Yeteneğine Sahip Olma** : İleriye görebilme yeteneği girişimcinin başarısında rol oynayan en temel özelliklerden birisidir. Bu özellik girişimcinin değişen koşullara bağlı olarak ortaya çıkan fırsatlardan yararlanmasını ve tehditlere karşı koymasını kolaylaştırmaktadır. Girişimci önüne çıkan fırsatları değerlendirebilmek için geniş kapsamlı durum analizi yapabilme yeteneğine de sahip olmalıdır. Bu özellik girişimciye; kazanç olanağının boyutunu, rekabet üstünlüğünü nasıl kullanabileceğini, bu üstünlüğün geçerli olduğu süreyi ve maliyetleri belirlemesini sağlamaktadır. Girişimci bu tür analizleri sürekli olarak yenilemeli ve daha önce yapılan benzer çalışmalardan yararlanmalıdır.¹⁴⁸ Girişimciler, sürekli ileriye bakmalı, dün yapmış olduklarından çok yarın ne yapabilecekleri ile ilgilenmelidir.

- **Risk Alabilme** : Girişimci, başlattığı ekonomik etkinliğin bitiminde doğabilecek sonuçları önceden hesaplayan ve sonuçta doğacak riski üstlenmekten çekinmeyen kimsedir.¹⁴⁹ Girişimciliğin doğasında kazanmak ya da kaybetmek vardır. Girişimciler kabul edilebilir riskleri göze almalı ve cesaretli olmalıdır. Bu haliyle girişimciler, karlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini riske ederek pazara girme cesaretini gösteren kişilerdir.¹⁵⁰

- **Problem Çözme ve Hızlı Karar Verme Özelliğine Sahip Olma** : Küreselleşen dünyada etkili ve pratik yoldan problem çözme ve hızlı karar verme günümüz girişimcilerinin önemli özelliklerinden birisidir. Girişimci için karar verme önemlidir. Çünkü girişimin geleceğini verilen kararlar belirlenmektedir. Girişimciler problemleri fırsata dönüştürmek için hızlı ve doğru kararlar almalıdır. Girişimcilerin karar vermede kullanabilecekleri altı adım vardır:¹⁵¹ Bu adımlar; Kararın amacının öncelikle ortaya konması, Amaçların önceliklere göre sıralanması, Birbirine alternatif çözümlerin geliştirilmesi, Tüm amaçları karşılayan en iyi alternatifin seçilmesi ile bir ön karar verilmelidir, Ön kararın gelecekteki olası olumsuz etkileri ele alınmalı ve

¹⁴⁸TUGİAD, **Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri**, s.4.

¹⁴⁹Eyüboğlu, **a.g.e.**, s.10.

¹⁵⁰Tutar, Küçük, **a.g.e.**, s.162.

¹⁵¹Mehmet Özkan, **'Sorun Çözmek ve Karar Vermek'**, <http://www.danismend.com.tr>, (28.01.2006)

yeterince incelenmelidir ve son olarak Olumsuz etkileri giderici önlemler tasarlanıp uygulanarak son karar verilmelidir.

- **Yüksek Başarma Güdüsüne Sahip Olma** : Girişimciler, yüksek düzeyde başarı güdüsüne sahip, hesaplı risk üstlenen ve işlerini sonuçlandırmak için kişisel sorumluluk üstlenme eğiliminde olan kişilerdir. Girişimcinin ulaşabileceği hedefin bir üst sınırı yoktur. O daima daha iyisini ve daha çoğunu isteyecektir. Sürekli başarılı olma arzusu girişimci için hırs, enerji ve ataklık kaynağıdır.¹⁵² McClelland'ın başarı gereksinimi hakkındaki araştırmaları, girişimcilerde varolan psikolojik özellikleri ortaya koyma ve bu düşüncelerden hareketle girişimcilerin özelliklerine yönelik üç tutum belirlenmiştir. Bunlar:¹⁵³

- Problem çözme, amaç belirleme ve bu amaçlara ulaşmada bireysel sorumluluk,
- Yüksek düzeyde hesaplanmış risk alma arzusu ve
- Görevdeki başarısının sonuçlarına ait bilgi.

- **Esnek ve Sempatik Olma** : Girişimcinin saplantısının olmaması gerekmektedir.. Onun tek saplantısı, tutkusu sürekli girişimcilik olmalıdır. Bu nedenle yeni girişimlere uyum sağlama kişiliğinde olması ve bu konuda gerekli çalışmaları yapması gereklidir. Ayrıca konulara başkalarının açısından bakabilmeli başkalarına reel göstergeleriyle iyi görünmeli, kendisini girişimciliğiyle, girişimcilik kültürüyle başkalarına beğendirmeye çalışmalıdır.¹⁵⁴

- **Yenilikçilik ve Yaratıcılık Özelliklerine Sahip Olma** : İnsanların yaşaması için gerekli olan minimum gereksinimler karşılanırsa bile insanoğlu hep daha az çaba sarfederek, daha rahat bir yaşam sürmeyi istemiştir. Bu istek ilk insandan günümüze değin sürmüştür. İnsanoğlundaki bu istek ve gereksinimlerden dolayı hızı gittikçe artan yeni ürün veya yöntemler gelişmektedir. Yenilik bir süreçtir. Yaratıcılık ise bu süreci

¹⁵²Ali Erkan Eke, **Müteşebbislik**, KOSGEB Yayınları, Ankara, 1993, s.12.

¹⁵³R. Hisrich,P.Michael, **a.g.e.** , p.53.

¹⁵⁴Akdemir,**Girişimcilik Kültürü**, s.87.

mümkün kılan beceri veya doğal yatkınlıklar kümesidir. Yaratıcılık, yenilik getiren bir faaliyettir, yenilik ise yaratıcılığın cisimsel ve dışsal sonucudur. Yaratıcılıkta temel unsur, iki veya daha fazla fikrin bir araya gelmesi sonucu, tamamen yeni bir fikre erişilmesidir. Yaratıcılık ve yenilik girişimci için en gerekli özelliiktir.¹⁵⁵ Girişimci, yenilikçi ve yaratıcı düşünce gücünü kullanarak, olağan dışı fikirler üreten ve yeni iş alanları yaratan aynı zamanda varolan olanakları harmanlayarak yeni bileşimler oluşturabilen kişidir.

- **Zamanı Etkin Kullanma ve Yönetme Özelliğine Sahip Olma** : Zaman, bireyler üzerinde baskı yapan evrensel bir kaynaktır. Girişimciler zamanı akıllıca planlamak ve kullanmak zorundadırlar. Çünkü; zaman tasarruf edilemeyen, ödünç alınamayan, kiralanamayan, satın alınamayan ve çoğaltılamayan bir kaynaktır.¹⁵⁶ Girişimci, zaman planlaması ile zaman yönetimini en etkin şekilde yapabilmelidir. Günümüzde girişimci, zamanı yönetebilme, kontrol edebilme ve onu etkin kullanabilme girişimcilerin yaşam tarzı olmalıdır.

- **Motivasyon Yeteneğine Sahip Olma** : Motivasyon insan ilişkilerine yön veren en önemli olgulardan biridir. Hangi türde olursa olsun bütün işletmelerin kurum ve kuruluşların ortak hedefi insanların çabalarını amacı gerçekleştirmeye doğru yoğunlaştırmaktır. İş ne olursa olsun sonuçta istenen şey söz konusu işin yapılabilmesi ise insanın istekli olması ve işi benimsemesini gerektirir. İşte bu isteği sağlayan bireyin motivasyon düzeyidir.¹⁵⁷

Motivasyon örgütsel amaçlara ulaşmak için çaba sarfetme konusunda istekliliktir. Başka bir deyişle; kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranmaları sürecidir.¹⁵⁸ Motivasyon yönlendirici bir güçtür. Girişimcilerin çalışanlarını motive edebilmesi için, onları güdüleyen faktörleri bilmesi ve onların gereksinimlerini tahmin etmesi gerekmektedir. Girişimciler, kendi çalışanlarının

¹⁵⁵ Alan Barker, **Yenilikçiliğin Simyası**, (Çev:Ahmet Kardam), İstanbul, MESS Yayınları, 2002, s.23.

¹⁵⁶Erol Eren, **Yönetim ve Organizasyon**, 5.Baskı, İstanbul, Beta Yayınları, Ocak, 2001,s.134.

¹⁵⁷İlhami Fındıkçı, **İnsan Kaynakları Yönetimi**, 2.Baskı, Bursa, Alfa Yayınları, 2000, s.84.

¹⁵⁸Salih Güney, **Yönetim ve Organizasyon**,1.Baskı, Ankara, Nobel Yayın, Temmuz, 2001, s.225.

ihtiyaçlarını anlamalı ve ona göre çalışanlarını örgütsel amaçlar doğrultusunda motive etmelidir.

- Katılımcı Yönetim Anlayışına Sahip Olma :Yönetime katılma, sınırları özel mülkiyetle çizilmiş bir alanda ortak sorunları çözerek emek verimliliğinin artırılması amacıyla; çalışanlarla yöneticilerin işbirliği yapmalarını sağlayan mekanizmanın adıdır.¹⁵⁹

Yönetime katılma temel olarak güç dengesinin kurulması ile sağlanmalıdır. Güç üst düzeyde ve dar bir çerçevede toplanırsa katılımdan söz etmek anlamsız olacaktır. Eğer güç örgüt bünyesinde çeşitli düzeylere yayılırsa yönetimin katılımcı olduğundan söz edilebilir. Çalışanların yönetim sürecini etkileyip değiştirebilecek nitelikte olmayan, göstermelik söz ya da oy haklarının olması onların gerçek manada yönetime katıldıklarını göstermez. Beyaz yakalı, mavi yakalı ya da alt, orta ve üst kademedeki görevli bütün çalışanları yönetim sürecinde etkin kılan bir katılma, gerçek anlamda bir yönetime katılım olacaktır.¹⁶⁰

Katılımcı yönetime önem veren girişimciler; entelektüel, teknik ve iletişim yeteneği güçlü kişilerdir. Katılımcı yönetim anlayışına sahip girişimci, tüm çalışanların yetenek ve becerilerinden yararlanma olanağı bulmaktadır. Böylece çalışanlar, düşüncelerini tartıştıkları için yaratıcılıklarını en üst seviyeye çıkarabilmektedirler.

- Entelektüel Kişiliğe Sahip Olma : Entelektüel, geleneksel anlamı içinde, düşünsel veya zihinsel etkinliğe yönelmiş, bilgili, değerlendirme ve eleştiri gücü yüksek, topluma öncülük etme misyonu yüklenmiş aydın, çağdaş kişi olarak da tanımlanabilmektedir. Entelektüel kişi; öncelikle çağının bilgisiyle tutarlı yaşayabilen kişidir ve belli bir öğrenimi, bilgisi, görgüsü olan kişi olarak tanımlanmaktadır. Oysa belli bir öğrenim, bilgi ve görgü tek başına entelektüel olmaya yetmemektedir. Entelektüel olan kişi çağdaş bilgi düzeyinde düşünceleri ve davranışları tutarlı olan

¹⁵⁹Kurthan Fişek, **Yönetime Katılma**, TODAİE Yayın no:158, Ankara, 1988, s.21.

¹⁶⁰Dicle, **a.g.e.**, s.42.

kişidir. Bu da çağdaş ve bilimsel bir dünya görüşüne varmakla gerçekleşebilmektedir.¹⁶¹ Entelektüel kişiliğe sahip girişimciler; mevcut olan olguları, düşünceleri eleştirel yönden değerlendirme, sorgulama, öneriler sunma, uzun vadeli vizyonlar belirleme ve değişime açık olma özelliğiyle bilinmektedir.

- **Entelektüel Liderlik Özelliğine Sahip Olma** : Liderlik, insana bir kişi veya grubu önemli ölçüde etkileyebilme ayrıcalığı kazandıran kişisel özelliklerin bileşimidir.¹⁶² Entelektüel liderlik özelliğine sahip girişimciler, girişim kavramı ve süreci konusunda analitik düşünebilen, bilginin performansını sağlayarak değer yaratmaya odaklı, sorumluluğu paylaşabilen, çalışanlarına kendilerini motive edecek bir ortam yaratarak geçmişin karmaşık uygulamaları ve alışkanlıkları ile yetinmecilik kavramına karşı yoğun bir savaş veren, garanti ve güvenlik kültürlerini yıkan, paradigma geliştirme performansı yüksek, yaratıcılık ve esneklik süreçlerinde başarı kriterinin sınırlarını zorlayan liderlik özelliklerine sahiptir.¹⁶³ Günümüzde motivasyon yeteneği ve entelektüel liderlik özelliğine sahip girişimciler, çalışanların gereksinimleriyle işletmenin hedefleri arasında ilişki sağlayarak işletmenin verimliliğini arttırmaktadırlar.

- **Takım Çalışmasına Önem Verme** : Takım çalışması, her türlü çalışma ortamında verimi artırmakta ve çalışanların güçlü bir tatmin duygusu yaşamalarını sağlamaktadır. Girişimciler; takım çalışması yaparak, çalışanlar arasındaki sorunların çözümünü, etkili üretim programlanması ve gelişmiş üretim hedeflerini belirlenmesini sağlamaktadırlar. Girişimcilerin küreselleşen dünyada rekabet avantajı sağlamak için takım çalışmasına önem vermesi sonucu, yenilikçi ve yaratıcı düşüncelerin ortaya çıkması kolaylaşacak, sorunların etkin bir şekilde ve kısa bir sürede çözülmesi sağlanacaktır.¹⁶⁴

¹⁶¹Ali Akdemir, “Entelektüel Liderlik”, http://www.yenibir.com/articledisplay_kendizitanıyın, (18.01.05)

¹⁶²Thompson, a.g.e., s.118.

¹⁶³Hüseyin Yılmaz, “Bilgi Çağı Sonrası Liderlik Modeli Olarak Entelektüel Liderlik”, http://www.ceterisparibus.net/arsiv/h_yilmaz3.htm, (25.06.04)

¹⁶⁴Straub Joseph T., **Ekip Kurma ve Yönetme**, Hayat Yayınları, (Çev.Savaş Şenel) İstanbul, Ocak, 2002, s.37.

- **Küresel Ölçekte Düşünme Yeteneğine Sahip Olma** : Küreselleşme; rekabet sisteminin değişmesi, rakip stratejilerindeki farklılaşma, teknolojik yeterliliğinin

sınırlarındaki gelişme, nüfus yapısındaki değişme, iş süreçlerinin farklılaşması vb. bir dizi yeni konu çalışma hayatının gündemine girmiştir. Bu gündem ulusal ölçekte; yaşamın yeniden örgütlenmesi, eski işletme yapılarının çözülmesi, özelleştirme eğiliminin güç kazanması, yatırım yönetiminde anlayışın değişmesi, ülkelerin gündemine; gelişmeyi sağlayacak makroekonomik programları, mevcut sanayi yapısının rekabet edebilecek biçimde yeniden düzenlenmesini, siyasi, ekonomik ve hukuk altyapılarının uluslararası uyumu gibi, çok köklü bir dönüşümü gerektirmektedir.¹⁶⁵

Küreselleşmeyle bütün dünyada büyük bir değişim ve bilgi alışverişi gerçekleşmektedir. Teknoloji, bilgi, bilişim ve iletişim sistemlerinde oluşan değişimler, ülkeler arasında yoğun bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Böyle bir ortamda girişimcilerin rekabet gücü kazanabilmeleri, etkin ve etkili bir yapıya kavuşmaları için küresel düşünme yeteneğine sahip olmaları gerekmektedir. Girişimci, olayları ve düşünceleri eleştirel yönden değerlendirebilmeli, sorgulayabilmeli ve öneriler sunabilmelidir. Girişimci herkesle iletişim kurmalı ve sorunları iletişimle çözme yoluna gitmelidir. Günümüz girişimcilerinin önemli özelliklerinden birisi de, işlerini şansa bırakmayı sevmemeleri ve profesyonelleşmeye önem vermeleridir.

Yapılan bir çalışmada 2000'li yıllarda Türk Girişimcilerin taşıdığı temel özellikler aşağıdaki gibi belirlenmiştir.¹⁶⁶

¹⁶⁵Kırım Ankarman, **Yeni Dünya'da Strateji ve Yönetim**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2.Baskı, 1998, s.24.

¹⁶⁶TUGİAD, **Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri**, s.68.

Tablo 1.2. 2000’li Yıllarda Türk Girişimcilerin Özellikleri

-İyi eğitilmiş,Eğitimci	-Dünyadaki gelişmelere ayak uyduran
-Yeniliklere açık	-İleriye görebilen
-Yabancı dil bilen	-Analiz yeteneğine sahip
-Paylaşımçı	-Teknolojiyi yakından takip eden
-Araştırmacı	-Risk üstlenen
-Kararlı	-Yaratıcı
-İyi bir çevreye sahip	-Bilgi birikimine sahip
-Çalışkan	-Katılımcı yönetime önem veren
-Lider	- Kendi pazarını iyi bilen
-Rasyonel	- "Hizmet" anlayışını ön planda tutan
-Atılgımcı	-Başarma hırsı olan
-Takım Çalışmasına Önem veren	-Heyecanlı
- Üretici ruhlu	-İletişimi güçlü olan

Kaynak: TUGİAD, **Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri**, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat 1993, s.68.

Başarılı girişimciliğin bilişsel ve sosyal faktörlere bağlı olduğu ve başarılı girişimcilerin çeşitli özellikleri itibariyle daha farklı oldukları ifade edilmektedir. Başarılı girişimciler kendi yargılarına fazlasıyla güvenen, diğer insanlarla başarılı biçimde etkileşimde bulunan, sosyal algıları yüksek ve yeni durumlara daha hızlı uyum sağlayan insanlardır.¹⁶⁷

¹⁶⁷Arıkan, **a.g.e.**, s.28.

Girişimcilerin genel özelliklerinin temelinde yaratıcılık ve risk almak yatmaktadır. Yaratıcı olan girişimci iş fırsatlarını görüp değerlendirerek ve riski üzerine alarak işletmesini kurar. İşletmeyi kurduktan sonra da üretici ruhu ve başarıma hırsıyla işletmesinin devamlılığını sağlamaktadır. Başarılı girişimcilerin ilk özelliği hayal kurmaktır. Girişimciliğe başlayan kimselerin; büyük bir çoğunluğunun çocukluktan başlayan, gençlik döneminde devam eden ve olgunluk çağıyla gerçekleşen hayalleri, girişimciliğin odak noktasını oluşturmaktadır. Bir girişimci hayal ettiği sürece başarılı olur.¹⁶⁸

Girişimcilikte başarılı olmanın ana koşullarında ikinci özellik ise amaçların belirlenmesi, hedeflerin tespit edilmesi ve olasılıkların oluşturulmaya çalışılmasıdır. Girişimcilik kişisel amaçların gerçekleştirilmesidir. Bir örgütte amaçlar ve hedefler belirlendikten sonra girişimcinin yapacağı iş; hem yöneticisine, hem de personeline karşı bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için yön vermesidir.

Cesaret başarılı girişimcilerde olması gereken özelliklerden birisidir. Risk üstlenmek de bir cesaret örneğidir. Bir girişimci daha önce teşebbüs etmediği işlerden korkmamalıdır. Cesaret girişimcinin yaşamını ve dünyasını değiştirebilir. Karar verilmesi gereken bir konuyu tekrar düşünmek cesaretsizlik örneğidir.¹⁶⁹

Diğer bir özellik ise, girişimcinin eğitimi ve gelişmesidir.¹⁷⁰ İnsan yaptığı şey ne olursa olsun, öğrenmeyi sürdürürse kendisini geliştirebilir. Girişimcide kendisini geliştirmeli ve zamana ayak uydurmalıdır. Bir girişimci kendi girişimini yönetmeye başladığı zaman büyük sorumluluklar yüklenmektedir. Küçük işletmelerde girişimci, yönetici bazen de teknisyen aynı kişilikte toplanmaktadır. Böyle bir girişimci yeniliklere açık olmalı, üstleneceği sorumlulukların altında ezilmemeye çalışmalıdır. Görevlerini etkin bir şekilde yapmalıdır.

¹⁶⁸Kopu Hasan, **2001 Orta ve Güneydoğu Anadolu'da Yaşayan Girişimci / Yöneticilerin Yaşamı ve Girişimcilik Değerleri**, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, s.34.

¹⁶⁹Mustafa Gümüş, **Yönetimde Başarı İçin Altın Kurallar**, İstanbul, Alfa Basım Yayın Dağıtım, 1995, s.34.

¹⁷⁰A.g.e., s.34.

Etkin olmak girişimcinin taşıması gereken belli başlı özellikler arasında yer almaktadır. Etkin girişimci atik işletmeyi üretken kılar. Başarabilmek için tüm imkanlarını seferber eder. Etkinlik gücü üretken kılar böylece etkin girişimci kadrolarını en yetenekli girişimcilerden oluşturmuş olur.¹⁷¹ Kısaca yukarıdaki özelliklerin yanında başarılı bir girişimci profilinde bulunması gereken özellikleri özetlersek iyi bir denetleyici olan ve çevre analizini yapan, eleştirilere değer veren, iş birliği, ekip çalışmasına yatkın, takım ruhu olan, iletişime açık kişiler olmaktadır.

1.7. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

Kültür belirli bir ortamda insanların edinmiş oldukları ve nesilden nesile aktardıkları tüm değer yargıları ve alışkanlıklar olarak tanımlanabilmektedir. Kültür, toplumda yaşayan insanların bütün öğrendiklerini ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. En geniş kavramıyla kültür soyut kavramları anlayabilme ve kullanabilme biçiminde tanımlanabilir.¹⁷²

Evrensel bakımdan düşünüldüğünde kültür insanlığın ortaya koyduğu ilerlemelerin tümüdür. Kişisel olarak kişinin yaşantısını ve eğitiminin tümünü kapsar. Bireyin yaşamla bağlantılı herşeyi ile ilgili algılarını bütünleştirmeye yarar.¹⁷³ Kültür, bireylerin yaşantılarını değerlendirmelerine yardım eden ve davranışlarına yol gösteren değerlerin tümüdür.¹⁷⁴ Toplumda insan üzerindeki en büyük etkinin kaynağı kültürdür. Kültür, gruptaki bireylerin ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan öğrenilmiş bir yaşam biçimidir. Bu nedenle, sosyal bir olgu olan girişimcilik üzerinde toplumun kültürel yapısı da etkilidir. Girişimci; davranış biçimini, yaşadığı çevre ve gördüğü eğitimden almaktadır. Toplumun en dinamik kesimi olan girişimciler kültürel

¹⁷¹Zöhre, a.g.e., s.7.

¹⁷²TÜSİAD, *Türkiye’de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler*, s.43.

¹⁷³İlhan Erdoğan, *İşletmelerde Davranış*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1983, s.113.

¹⁷⁴Selahattin Atik, “*Kültürün Girişimcilğe Etkisi*”

www.kho.edu.tr/yayınlar/bilimdergisi/bilimder/doc/2002-3/4_bilder.doc. (26.02.05)

değişmelerden çok çabuk etkilenmekte ve ayakta kalabilmeleri için olayları çok yakından ve güncel olarak izlemeleri gerekmektedir.

Girişimcilik kültürü üç boyutlu olarak incelenir. Bu boyutlardan birincisi, kişilerin girişimcilik algısı; ikincisi, girişimcilerin girişimcilik algıları ve üçüncüsü ise toplumun girişimcilik algısıdır.¹⁷⁵

Birinci boyutta, kişilerin kendini kabul ettirme, kendisini aşma ve takdir alma yönelimi olarak işletme açma uğraşısında olmalarını, herhangi bir ölçekte bir işletme açıp patron olma güdüsünde olmalarını bunu olağan bir davranış haline getirmelerini girişimcilik kültürü olarak açıklanabilir. Girişimcilik yaratıcılığı, yeniliği zorlayan, insanı sürekli düşündüren aynı zamanda da zevk ve heyecan veren bir uğraştır. Girişimci sürekli daha iyiyi arayan kişidir. Bu nedenle işinde her zaman yeniliğe açık ve değişimleri takip eden kişilerin girişimcilik kültürünü benimsemiş olduğu kişiler olduğu kabul edilir.¹⁷⁶

İkinci boyutta, herhangi bir işletme girişimcisi ya da girişimcilerinin; tüketicilere, çalışanlara, devlete ve toplumsal sorumluluğa ilişkin yaklaşımları girişimcilik kültürünü gösterir. Tüketicilere daha kaliteliyi, daha ucuza sunmak gayreti içerisinde olma bir girişimcilik kültürüdür. Bunun yanı sıra kalitesiz ürünleri pahalıya satmak, sürekli devlete vergi vermek ya da sürekli devleti soymaya çalışmak, çalışanlara sürekli ücret verme gayreti içerisinde olmak ya da sürekli daha çok çalıştırıp az ücret ödeme gayretinde olmak girişimcilik kültürüdür.¹⁷⁷ Girişimciliğin toplumda saygın bir meslek olabilmesi için girişimcilerin, girişimcilik kültürünü doğru bir şekilde algılamaları gerekmektedir. Bu nedenle girişimcilerin çalışanlarına, devlete ve yaşadıkları topluma karşı sorumlu olduklarının bilincinde olmaları ve buna göre hareket etmeleri gerekmektedir.

¹⁷⁵Saçkesen, **a.g.e.**, s.59.

¹⁷⁶**A.g.e.**, s.59.

¹⁷⁷Girişimcilik Kültürü, **Ekonomik Denge Dergisi**, Ankara Ticaret Odası Yayını Organı, Sayı 8, Eylül-Ekim 1997, s.2.

Üçüncü boyutta kişilerin, kurumların ve grupların girişimciliğe bakışı; kısaca toplumun girişimciliğe bakışı, girişimcilik kültürü olarak ifade edilebilir. Girişimcilik ve girişimci denince; toplumda hırsızlık, yağmalama, devletten kredi alıp ödememe, vergi vermeme çağrışıyorsa, mafya çağrışıyorsa, bu toplumdaki girişimcilik kültürünü gösterir. Ya da tersi durumda girişimci denilince toplum nezdinde lider kişiliği, kahramanlık, dürüstlük, kutsallık çağrışıyorsa bu da girişimcilik kültürü olarak telaffuz edilir. Japonya'daki Samurai (Askerlik) düşüncesinin dürüstlük, kutsallık, kahramanlık, çalışkanlık, vatanseverlik, yenilikçilik değerlerinin girişimciliğe taşınması ve Japon halkının girişimci denince Samurai değer yargılarını anımsaması, girişimciliği bu şekilde algılaması girişimcilik kültürünün çok güzel bir örneğidir.¹⁷⁸

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı gibi negatif ve pozitif girişimcilik kültüründen bahsedilebilir. Sözelimi insanlar kendilerini kanıtlamayı hala devlette çalışmada, özel sektörde çalışmada veya bir başkasının yanında çalışmada arıyorlarsa negatif girişimcilik kültüründen; aksine sürekli bağımsız olacakları bir işletme açma uğraşısında ya da düşüncesinde pozitif girişimcilik kültüründen bahsedilebilir.

Girişimcilik kültürüne sahip olan ve bunu girişimcilik politika ve amaçlarına uygun olarak kullanabilen toplumlar girişimcilikte başarılı olabilmektedirler. Girişim politikası amaçlarına uygun olarak yeni bir girişimci tipinin yetişmesi için yeni bir girişimcilik kültürü oluşturulmalıdır. Bu bağlamda böyle bir kültürün oluşabilmesi için girişim kültürüne sahip girişimcilerin özellikleri aşağıdaki şekilde özetlenebilir:¹⁷⁹

- Girişimci, dünya pazarını kendi pazarı olarak görmelidir.
- Girişimci, serbest piyasa ve rekabet sistemini varlığının temel nedeni olarak algılamalıdır.

¹⁷⁸Yahya Daban, 'Girişimcilik Kültürü', www.daban.8m.com/kobi26.htm, (05.09.2005)

¹⁷⁹A.g.e., daban.8m.com/kobi26.htm, (05.09.2005)

- Girişimci, geçmiş ve şimdiki deneyimlerinden eğitici sonuçlar çıkaran bir eğilime sahip olmalıdır.
- Girişimci, yüksek düzeyde başarıma güdüsüne sahip ve iradeye sahip olmalıdır.
- Girişimci, uygun ve anlamlı risk alabilme yeteneğinde olmalıdır.
- Girişimci, işleri sonuçlandırma kararlılığında yetki ve sorumluluk üstlenebilme yeteneğine sahip olmalıdır.
- Girişimci, zorluklarla mücadele edebilen ve risklere karşı tedbirler alabilen bir yapıda olmalıdır.
- Girişimci, rekabet ve mücadeleden zevk alabilen bir özelliği taşımaktadır.
- Girişimci, sürekli ve dengeli bir gelişmeyi ve büyümeyi hedef almalıdır.

Yukarıda açıklanan girişimci özelliklerinin gelişmesi ve bu niteliklere sahip girişimci tipinin yetişmesi için yeni bir girişimcilik kültürü oluşturulması gerekli olmaktadır. Bir ülkede ve bölgede girişimcilikte başarı ile girişimcilik kültürünün oluşması arasında doğrudan bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu bağlamda girişimcilik kültürünün geçmiş kültürel alt yapı ve birikim kadar bölgedeki mevcut girişimcilik birikimleri ile de yakın bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir.¹⁸⁰

1.8. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

Günümüzde ülkelerin zenginlikleri, öncelikle bilgi ve eğitilmiş insan kaynaklarının zenginliği ile ölçülmektedir. Kuşkusuz, çalışma yaşamında başarılı ve etkin olmak için eğitilmiş olmak çok gerekli olan bir faktördür. Bu faktörün gerekliliği ülkemizde ve gerekse yurt dışında yapılan araştırmalarla da kanıtlanmıştır. Eğitim ve kariyer geliştirme süreçlerinden geçmiş bir işletme ya da girişimci, iyi iletişim kurma,

¹⁸⁰Dansık, a.g.e., s.50.

sosyal olma, rekabetçi ve yaratıcı olma, zamanında doğru karar verme, kişiliği ve davranışlarıyla örnek olma, sabırlı, kararlı, sağduyulu ve cesur olma gibi özelliklerine bir de çok çalışma ve kendine güvenme unsurlarını eklediği durumlarda, başarılı ve etkin olacak, bu olgu da, sahibi olduğu işletmenin toplumda daha etkin, kârlı ve saygın olmasını sağlayacaktır.¹⁸¹

Girişimcilik konusunda başarılı olabilmek için girişimcinin girişimcilik eğitimi alması gerekmektedir. Girişimcilik eğitimi sırasında öncelikle girişimcilik testi uygulanır. Girişimcilik testi ile girişimci adayının yönetici, iş adamı özelliği ve girişimci özelliği belirlenmeye çalışılmaktadır. Ayrıca bu testle girişimci adayının girişimci yetenek ve eğilimleri de ölçülmektedir.¹⁸²

Girişimcilik ve eğitim bağlantısı iki boyutlu olarak ele alınabilir. İlk boyut; pozitif girişimcilik kültürü öğeleri olarak sıralanan konuların, girişimci olmak isteyenlere mevcut girişimcilere ve toplumun her kesimine aktarılmasına ilişkindir. Sürekli yenilikçi olma, kaliteyi daha ucuza üretme, kahramanlık, dürüstlük ve kutsallık konularını girişimcilik ile ilişkilendirme konularını ilgili kesimlere eğitim aracılığıyla vermeye çalışma uğraşısı bu boyutta yer alır. Bu eğitim formal olabileceği gibi informalde olabilir. İkinci boyutta ise orta ve yüksek eğitim düzeyindeki öğrencilerin girişimciliğe dönük olarak çalışması yer alır. Orta eğitimde meslek okullarını ara eleman olarak klasik boyutlarıyla düzenlemek mümkün olabileceği gibi girişimciliğe dönük olarak düzenlemek de mümkün olabilir.¹⁸³

Girişimcilik eğitiminin temel amacı kişilerin kendi işini kurarak bağımsız çalışmalarını sağlamaktır. Bağımsız çalışma; kendi işini kurma, serbest çalışma, kendi hesabına çalışma, mikro işletme ve girişimcilik gibi isimler altında yürütülen faaliyetlerdir. Bu kavramlar genellikle birbiri yerine kullanılmaktadır. Kendi işini kurup

¹⁸¹ A.g.e., s.60.

¹⁸² Mahmut Tekin, Girişimci Yetenekleri ve Eğitimi, *İş Fikirleri Dergisi*, Sayı :18/98 s.57.

¹⁸³ Atik, a.g.e., doc/2002-3/4_bilder.doc, (23.07.2005)

bağımsız çalışan girişimcilerin bazı özellikleri vardır. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir:¹⁸⁴

- Sürdürülen faaliyet sonucunda elde edilen kazanç kar ya da zarar biçimindedir; Bu kişiler ücret ya da maaş almazlar.

- Yaptıkları işlerle ilgili kararları kendi başlarına ya da sınırlı sayıdaki kişilerle birlikte alırlar.

- Bu kişiler işsiz olarak değerlendirilemezler.

Yapılan araştırmalar; girişimci olma özellikleri taşıyan her 1000 kişiden 200'nün kendi işini kurma niyetinde olduğunu, bu kişilerin 100 tanesinin yeni bir iş kurabilmeyi başarabildiğini, bunların içinden yalnızca 5 tanesinin ise uzun dönemde büyüyebildiğini göstermektedir.¹⁸⁵

Bu sonuçlar kendi işini kurma konusundaki bilinçsiz çabaların maliyetinin çok yüksek olduğunu göstermektedir. Bu nedenle girişimcilik eğitim programlarının başarıyla sonuçlanması için eğitime katılacak kişiler, hem Girişimcilik Eğitim Saptama Görüşmesi ile dikkatlice seçilmeli, hem de uygulanacak eğitim programı gerekli temel bilgilerin verilmesini sağlayacak ve gereksinimlere yanıt verecek biçimde planlanmalıdır.¹⁸⁶

Girişimcilik eğitimi bir süreç olarak uygulanmaktadır. İlk aşamada, Girişimcilik Eğilimi Yetenek Testi Uygulanması yapılmaktadır. Bu test ile girişimcilik eğitimi almak isteyenlerin girişimci olma özellikleri ve yetenekleri belirlenir. Bu aşamada, girişimci olmak isteyen kişilerin gerçekten kendi işlerini kurmayı isteyip istemedikleri, bir iş fikrine ve iş bilgisine sahip olup olmadıkları, iş kurabilecek mali güce ve mesleki beceriye sahip olup olmadıkları tespit edilir.¹⁸⁷

¹⁸⁴Tekin, **a.g.e.**, s.58.

¹⁸⁵Danış, **a.g.e.**,s.76.

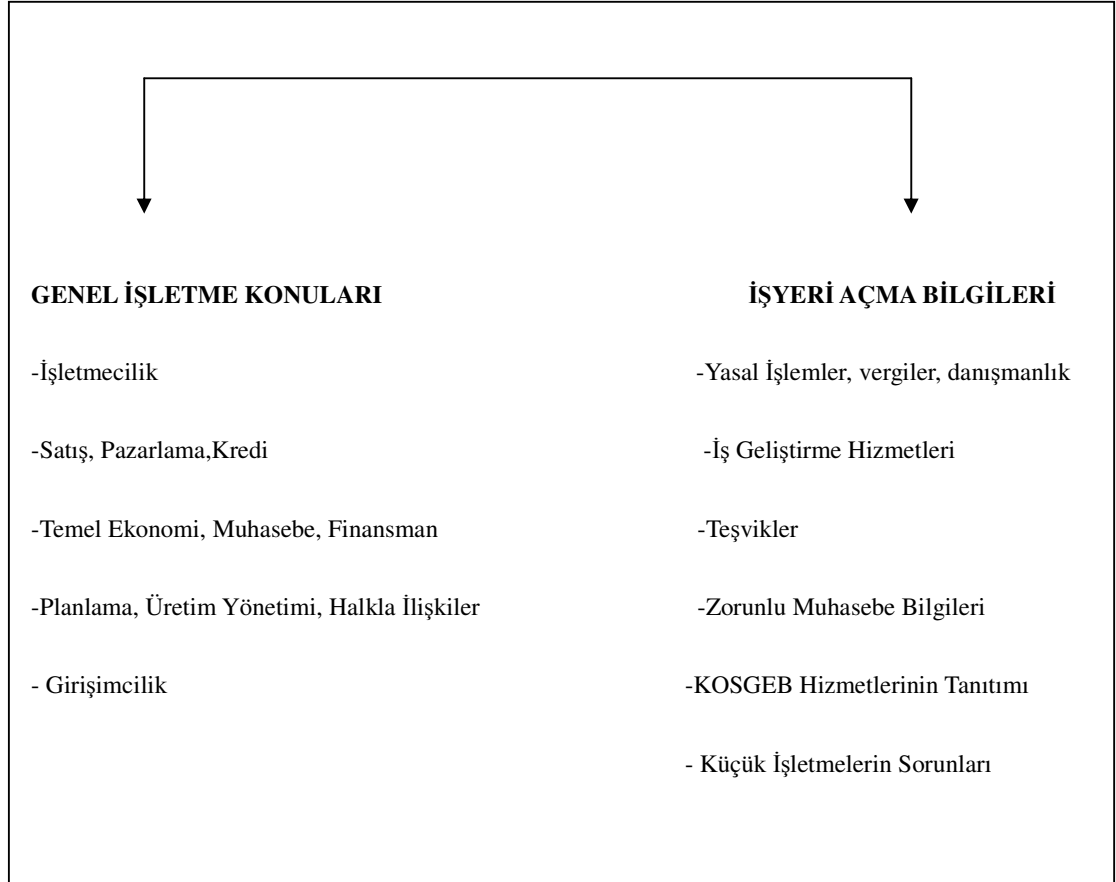
¹⁸⁶Çetindamar, Pınarcıoğlu, **a.g.e.**, s.37.

¹⁸⁷Tekin, **a.g.e.**, s.46.

Girişimcilik aynı zamanda kendi işini kurma olup, girişimcilik eğitimiyle bir işletmenin kurulması, işletilmesi ve başarıya ulaşabilmesi için gerekli temel işletme konularında uygulanır. Aşağıda şelil 1.3. de girişimcilik eğitimiyle ilgili başlıca konular gösterilmiştir. Girişimcilerin kuracakları işlerin türüne ve gereksinimlerine göre bir eğitim programı oluşturulup bu program girişimcilerin anlayabileceği bir düzeyde sunulmalıdır. Girişimcilik konusunda uygulanacak eğitimin uygulanması sırasında değişik eğitim tekniklerinden yararlanılmaktadır. Bu eğitim teknikleri arasında; seminer, girişimci kliniği, düz anlatım, tartışma, soru-cevap, etkileşimli öğrenme, beyin fırtınası, bireysel öğretim, problem çözme, örnek olay çözümlemesi ve gösterim sayılabilir¹⁸⁸

¹⁸⁸Gençbaşarı Eğitim Vakfı, www.gencbasari.org.tr.(05.06.2005)

Girişimcilik eğitimiyle ilgili başlıca konular aşağıdaki şekilde göstermek mümkündür:¹⁸⁹



Şekil 1.3. Girişimcilik Eğitimiyle İlgili Başlıca Konular

Kaynak : Mahmut Tekin,**Girişimcilik**, Damla Ofset Matbaası, Konya, 1999, s.47.

Yukarıda gösterilen girişimcilik eğitimiyle ilgili genel işletme konuları; işletmecilik, satış, pazarlama, temel ekonomi, planlama,girişimcilik, personel, muhasebe, finansman, kredi, üretim yönetimi ve halkla ilişkilerdir. Girişimcilik

¹⁸⁹Tekin,**a.g.e.**, s.47

eğitimiyle ilgili işyeri açma bilgileri ise yasal işlemler, vergiler, teşvikler, zorunlu muhasebe bilgileri, küçük işletmelerin sorunları, KOSGEB hizmetlerinin tanıtımı, danışmanlık ve iş geliştirme hizmetleridir.

Girişimcilik eğitim süresi, girişimcilik eğitime katılan kişilerin kendi işini kurma konusundaki bilgilerinin düzeyine bağlı olarak değişmektedir. Eğitim süresi 3 ay, 6 ay veya 1 yıl olabilir. Eğitim programı girişimcilik ile ilgili temel bilgi ve becerilerin kazandırma durumuna göre değişebilmektedir. Eğitim süresi sonunda katılımcılara eğitim belgesi verilmektedir.¹⁹⁰

¹⁹⁰ Tekin, **a.g.e.**, s.47.

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

2.1. DÜNYA'DA GİRİŞİMCİLİK VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Dünya’da girişimcilik kavramı ve tarihsel gelişimi hakkında elimizde net bilgiler olmamakla birlikte ekonomi biliminin içine dahil edilen girişimcilik hakkında çok az şey söylenmektedir. Çünkü çok uzun bir süre girişimcinin varlığı ekonomi biliminde yok sayılmıştır. Bu yüzden girişimcilik konusunda çalışmalar azınlıkta kalmış ve bu çalışmalar genel ekonomi eğitimine dahil edilmeye çalışılmıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte daha büyük önem kazanmaya başlayan girişimcilik, orta çağdan günümüze kadar pek çok teorisyenin tanımlamaya çalıştığı bir kavram olmuştur.¹⁹¹

İktisat teorisinde, girişimcilik ile ilgili dört temel yaklaşım mevcuttur.¹⁹² Bu yaklaşımlardan ilki “gelir dağılımı” üzerinde odaklanır ve ödül olarak kabul edilecek karın düzeyini belirlemeye çalışır. İkinci yaklaşım tam rekabete dayalı piyasa süreçlerinin önemini vurgular. Üçüncü yaklaşım “yenilikçi girişimci” vizyonu üzerinde odaklanır. Bu yaklaşımda girişimciler, ekonomide büyüme ve dalgalanmayı düzenleyen “yaratıcı” unsurlar olarak kabul edilir. Son yaklaşım ise, girişimci ve işletme arasındaki ilişkiye ilişkin olan ve “karar verici” rolündeki girişimci, girişimcinin motivasyonu ve çevreye ilişkin algılaması üzerine odaklanan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım küçük ve yeni kurulan işletmelere strateji oluşturma, pazar payı temin etme ve farklılaştırmaya dayalı büyümeyi yönetme gibi önemli sorunlar üzerinde odaklanır. Orta çağda girişimci; büyük üretim projelerini yöneten bir kişiyi tanımlamak amacıyla kullanılmıştır.¹⁹³

17. yy’da girişimci, bir hizmet sunmak ya da taahhüt edilen bir malı üretmek üzere hükümetle sözleşme yapan kişi olarak tanımlanmıştır. Sözleşmede yer alan fiyat sabit olduğundan meydana gelen kar ya da zarar girişimciye aitti. Bu dönemin girişimcilerinden birisi Fransız John Law’dı.¹⁹⁴ Richard Cantillon girişimcilik alanına

¹⁹¹Ulusal Girişimcilik Kongresi, **Finansal Forum**, (28.05.2003), s.4.

¹⁹²Arkan,**a.g.e.**, s.3.

¹⁹³Marc Casson, ‘**Entrepreneurship**’, An Elgar Reference Collection, 1990, p.13.

¹⁹⁴Hisrich, Peter, **a.g.e.**, s.8.

büyük katkı veren, hatta “girişimci” kavramını iktisadi anlamda ilk kez kullanan kişidir. Cantillon girişimcinin sistem içerisinde merkezi bir rolü olduğunu ve girişimcinin, ekonomideki bütün mübadele ve dolaşımdan sorumlu olduğunu ileri sürmüştür, girişimciler sınıfını arz-talep dengesi yaratan sınıf olduğunu ifade etmiştir.¹⁹⁵

Girişimcilik literatüründeki neo-klasik yaklaşımın öncülerinden olan Alfred Marshall’a göre girişimcinin görevi mal ve hizmet üretmek ve aynı zamanda, yenilikler ve yöntemler sunmaktır. Girişimci, işletme içerisindeki bütün sorumluluğu üstlenecek ve kontrol işlevini yerine getirecektir. Girişimci üretimi yönlendirecek, iş riskini üstlenecek, sermaye ve işgücünü koordine edecek, hem yönetici hem de işveren olacaktır. Sonuç olarak, Marshall’cı Pazar ekonomisi, girişimci sınıf üzerinde odaklanmıştır. Girişimciler üretim ve dağıtım süreçlerini çalıştıran kişilerdir. Girişimciler pazarda arz ve talebi, işletme içerisinde ise sermaye ve iş gücünü kontrol eder.¹⁹⁶

Girişimcilik literatürünün en göze çarpan isimlerinden birisi şüphesiz Max Weber’dir. Max Weber ilk olarak 1905 yılında yayınlanan Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu adlı eserinde, kendi ifadesine göre, çağdaş yaşamımızın kaderini en derinden belirleyen güç olan kapitalizmi tanımlamaya çalışmıştır. Weber bu çalışmasında “elde etme güdüsünü” ve “kazanç uğraşı”nı birebir kapitalizm ile ilişkili görme ve “sınırsız kazanma açlığı”nın hiçbir biçimde “kapitalizm” ve onun “ruhu” ile aynı olmadığını söylemiştir. Weber ussal bir kapitalistin, hep yenilenen kazanç peşinde yani “verimlilik” peşinde olduğunu ifade etmiştir.¹⁹⁷

Girişimcilik teorisinin en önemli kişilerinden bir diğeri ise, Joseph Schumpeter’dir. Schumpeter Ekonominin Gelişimi Teorisi adlı kitabında girişimciyi “yenilikçi” bir kişi olarak tanımlayarak, teknoloji ve girişim kavramını bütünleştirmiştir. Girişimci kar elde etmek ister ve bu amaca ulaşmak için “yeni bileşimler” ya da yenilikler yaratır. Yeni girişimsel bileşimler ekonomideki mevcut dengeyi bozar ve yeni

¹⁹⁵Martin Binks, Philip Vale ‘Entrepreneurship and Economic Change’, Mc Graw Hill Book Company, 1990, s.s.9-10

¹⁹⁶Arkan, **a.g.e.**, s.5.

¹⁹⁷Dansk, **a.g.e.**, s.23.

bir denge yaratır. Böylelikle, yenilik, sürekli değişimi ve sürekli dengesizliği ifade eder.¹⁹⁸

Girişimciliğin tarihsel gelişimindeki önemli yazarlardan birisi olan Thomas C.Coachran ekonomik değişimde girişimci faktörünü analiz etmiştir. Coachran, özellikle ekonomik değişim sırasındaki sosyal modelleme gereksinimi üzerinde odaklanmıştır. Coachran'a göre son 150 yılda işletme yöneticileri, önemleri ihmal edilmeyecek üç değişimle karşı karşıya gelmiştir. Girişimciliğin Amerika'da daha hızlı bir biçimde gelişmesine neden olan bu üç tür değişim aşağıdaki şekilde özetlenebilir:¹⁹⁹

- **Hızlı Sanayileşme** : 19 yy'ın ilk yarısında ortaya çıkan makineleşme olgusuna, Amerika çok hızlı bir biçimde uyum sağlamış ve bu anlamda Batı Avrupa'daki birçok ülkenin önüne geçmiştir. Bunun temel nedeni Amerika'da o dönemde yeterli işgücünün olmamasıdır. Hızlı sanayileşmenin yanı sıra Amerika'lı müşterilerin zanaatkarlığa fazla değer vermemeleri ve özellikle yerli mallarda ucuzluk ve kullanılabilirlik araması girişimciliğin gelişimini etkileyen unsurlar olmuştur. Bu bağlamda ifade edilecek bir diğer neden ise Amerikalıların "taşınma" kavramına olan yaklaşımlarıdır. Amerikalılar yaşamları boyunca sık sık taşınan insanlardır ve bu eğilimin bir sonucu olarak yöneticiler de aynı davranışı sergilerler. Bu durum girişimcide olması gereken bazı özelliklerin artışı ile sonuçlanmış ve Amerika'lı yöneticiler, kendi ayakları üzerinde durma, yabancılarla işbirliği içerisine girme, kişisel olmayan ilişkiler kurma, farklı durumlara uyum sağlama ve toleransa yatkınlık gibi girişimsel özellikleri kazanmaya başlamışlardır. 19.yy başlarında, Amerika'da girişimcilerin rolü, sosyal ve ekonomik değişimdeki en önemli unsurlardan birisi haline gelmiştir.

- **Profesyonel Yönetimin Önem Kazanması** : Girişimciliğe dayalı değişimin ikinci önemli unsuru, işletme sahipliğinin profesyonel yöneticilik ile yer değiştirmesi yani büyük işletmelerde profesyonel yönetimin yükselişi şeklinde açıklanabilir. İş ahlakı alanındaki gelişmeler, işgörenlerin yeteneklerine göre yükselmesi, yetki devri, yerinden yönetim, açık ve düzenli iletişim kanalları ve yönetsel işbirliği gibi uygulamalar modern

¹⁹⁸ Arıkan, **a.g.e.**, s.7.

¹⁹⁹ **A.g.e.**, s.8.

ve büyük işletme sistemlerinin gelişimini güçlendirmiş ve bir anlamda ortaya çıkan problemlerin çözümü olarak düşünülmüştür. Amerikalı yöneticilerin çocukluktan itibaren öğrendiği işbirliği ve bireycilik, girişimcilik için iki önemli unsur olmuştur.

- Kitle Üretiminin Yaygınlaşması : Üçüncü önemli değişim ise gelişmiş kitle-üretim tekniklerinin hızlı bir biçimde ilerleme göstermesidir. 1900'lü yıllarda, Amerika Birleşik Devletleri'nde, Almanya ve İngiltere'ye oranla daha büyük ölçekli üretim teknikleri ve daha büyük şirketler ortaya çıkmış ve kitle üretimi daha yaygın bir hale gelmiştir. Ekonominin ilgilenmediği girişimcilik, işletme disiplini önemli bir inceleme konusu olmuştur. 1950'lerde ortaya çıkan işletme disiplininin girişimciyi ve girişimciliği ciddi düzeyde incelenmesi son 20 yıllık bir gelişmenin ürünüdür. ABD'de, girişimcilik 1980'lerden itibaren derslere yoğun olarak dahil edilmiştir. Girişimcilik, günümüzde birçok okulda başlı başına ders olmanın ötesinde yüksek lisans ve doktora derecesi verilen bir alandır. 1990'larda değişik ülkelerdeki birçok işletme okulunda girişimcilik merkezleri açılmıştır.²⁰⁰ Her ne kadar, girişimcilik ekonomi alanında 1980'lere kadar bir yer edinemediyse de, 20'nci yüzyıl başında birkaç ekonomistin geliştirdiği girişimcilik teorisi, günümüzde işletme ve diğer sosyal bilimlerde yapılan çalışmaları hala etkilemektedir.²⁰¹

Girişimciliğin ekonomi alanındaki gelişmesi Adam Smith'le başlamaktadır. 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. 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 bilminde, hayal gücünü çalıştırarak kritik kararlar ve riskler alan girişimciye gereksinin duyulmamıştır.²⁰²

Tüm bu genel kanımlarla birlikte 20'nci yüzyıl başında Joseph Schumpeter isimli Avusturyalı ekonomist girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini atmıştır.

²⁰⁰TUŞİAD, **a.g.e.**, s.34.

²⁰¹Casson, **a.g.e.**, s.15.

²⁰²Siegel, **a.g.e.**, s.77.

Schumpeter'in başlatmış olduğu girişimcilik teorisi aslında tamamen yeni bir ekonomik modelin parçası olarak düşünülmüştür. Fakat bu amacı ne Schumpeter ne de daha sonraki ekonomistler henüz başaramamışlardır. Bununla birlikte, onun görüşleri hala girişimcilik çalışmalarının çıkış noktasıdır.²⁰³ Schumpeter'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.

Schumpeter'in girişimcilik tanımında yenilik vardır ve bu yenilik mevcut kaynakların yeni bir birleşimini ifade eder. Ona göre beş çeşit girişimci davranışı vardır:²⁰⁴

- Yeni bir malın üretilmesi,
- Yeni bir üretim metodunun geliştirilmesi,
- Yeni bir pazarın oluşturulması,
- Yeni bir hammadde kaynağının bulunması ve
- Endüstrinin yeniden yapılanması.

Dünyada girişimcilik sözcüğü 1980'li yıllarda kullanılır olmuştur. Günümüzde birçok yönetici girişimcilik kavramını anlamaya çalışmakta ve organizasyonlarını daha girişimci yapabilme yollarını aramaktadırlar. Bunun yanında ekonomistlerde girişimcilik işlevinin önemini kabul etmeye başlamışlardır. Gelişmiş ülkelerde finansal imkanlara sahip olanlardan girişimcilik niteliklerine sahip olanlara fon aktarılmak suretiyle, sorunun ekonomik açıdan etkin bir şekilde çözümlenmesine çalışılmaktadır. Böyle bir çözümün kurumsal temelini etkin bir biçimde çalışan sermaye piyasaları oluşturmaktadır. Örneğin ABD'nin toplam yatırım hacmi içinde yeni işletmelerin sermaye piyasasına aktardığı para miktarı küçük bir yer tutsa da, ekonomi içinde gittikçe artan bir eğilim göstermektedir.²⁰⁵

Başlangıçta girişimcilik, kişilerin kendi kişisel sermayeleri ile iş kurması olarak algılanmıştır. Adam Smith gibi erken dönem İngiliz Klasik İktisatçıları, girişimciye tüm

²⁰³Lorry Forelle, 'Girişimcilik Üzerine Dersler (Röportaj)', **Power Dergisi**, Kasım, 1997, s.7.

²⁰⁴Dansık, **a.g.e.**, s.21.

²⁰⁵Melih Arat, 'NewYork'tan Girişimcilik Notları', **Zaman Gazetesi**, (09.01.2005), s.4.

ekonomik aktivitelerde oldukça önemsiz bir yol vermişlerdir. Klasik İktisatçılar girişimciyi; “bir lider veya bir yönetici” olarak değil, sadece “kapital sağlayan bir kişi” olarak görmüşlerdir.²⁰⁶

Sanayileşme süreci ile girişimci insan tipi bambaşka nitelikler kazanmaya başlamıştır. Girişimcinin niteliklerindeki bu değişim aynı zamanda girişimcinin ekonomik değerini ve dolayısıyla toplumdaki önemini arttırmıştır. 19. yüzyılın birinci yarısında, ilk kez limited (sınırlı sorumlu) işletmelerde sık sık başvurulması ticaret örgütünün yöntemi olmaktadır. İşletme sahipliğinin ve yönetimin git gide bir birinden ayrılması 19. yüzyılın ikinci yarısı için karakteristiktir.²⁰⁷ Bu durum, girişimci pozisyonunun yeniden değerlendirilmesine ve ticarete daha büyük bir önemle yer almasına neden olmuştur. Çıkan literatür çoğunlukla girişimciye (kurucu ve hedefe ulaşan kişi) idareci arasındaki farklılıklar üzerinde yoğunlaşmıştır.

2.2. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken daha da önemi artan girişimcilik kavramının daha iyi anlaşılması için Türkiye’deki girişimciliğin tarihsel gelişimi ve ülkemizdeki girişimcilik profilinin ortaya konulması gerekmektedir.

2.2.1. Türkiye’de Girişimcilik

Günümüzde değişim süreci önemli ölçüde hızlanmıştır. Değişimin hızı sadece teknolojiye değil, ekonomik ve sosyal alanlarda da kendini göstermektedir. Dünyadaki hızlı değişime ayak uydurmak ve toplumsal refahı arttırmak için; atılcı, yaratıcı ve girişimci bireylerin yetişmesi gerekmektedir. Bunun için toplumda girişimcilik kültürünün oluşturulması büyük önem taşımaktadır.

Türk girişimciliğinin, tarihi derinliğine inildiğinde bugün modern Türkiye’nin ilk kurulan “Hacı Şakir Sabunları” ya da “Hacı Bekir Lokumları” dışında hiçbir ticari

²⁰⁶TUSİAD, Avrupa’da Girişimcilik, **a.g.e.**, s.16.

²⁰⁷Dansık, **a.g.e.**, s.22.

kuruluşu bulunmamaktadır. Bunun gibi iki köklü sanayi kuruluşunun dışında Türkiye’de girişimin gelişmemesi, girişim zihniyetinin yeterli düzeyde bulunmaması her şeyin başında sermaye birikiminin düşük olması gibi temel etkenlerin yanında diğer bazı eksikliklerden kaynaklanmaktadır.²⁰⁸ Bu eksikliklere geçmeden önce sosyo – kültürel açıdan girişimcilik, ekonomik açıdan girişimcilik, politik açıdan girişimcilik, teknolojik açıdan girişimcilik ve eğitim açısından girişimcilik değişik açılardan ele alınmaya çalışılacaktır.

2.2.1.1. Sosyo – Kültürel Açıdan Girişimcilik

Sosyo-kültürel açıdan girişimciliğin oluşmasında; toplumsal değerler, algılamalar, davranışlar ve kurumsal yapılar etkili olmuştur. Bir ülkede girişimciliğin gelişebilmesi için girişimciliğin toplumda kabul görmesi gerekmektedir. Sosyo-kültürel açıdan Türkiye’de girişimciliğe hak ettiği değer verilmemektedir. Bu nedenle Türkiye’de girişimciliğin desteklenmesi, girişimciliğin topluma ve kişisel kazançlara olan katkısı ve ekonomik büyüme için öneminin kavranması gerekmektedir.²⁰⁹ Girişimciliğe toplumda değer kazandıran, girişimcilerin maddi ve manevi statüsünü yükselten özellik para kazanmak değil, ekonomik değerlerin yaratılmasıdır. Ekonomik bir değer yaratmaksızın; çeşitli yollardan, başkaları tarafından yaratılan ekonomik değerleri kendi tarafına aktarmanın adı girişimcilik değildir. Toplumda bu tür faaliyetlerin yaygınlaşması ve gereken şekilde cezalandırılmaması, hatta bu tür kimselere bir işadami statüsü kazandırılması, ekonomik değerlerin yaratılmasında en önemli üretim faktörü olan girişimciliğin bozulmasına neden olmaktadır. Bu gelişme, girişimciliğin yanlış değerlendirilmesine ve toplumun değer yargılarının kaybolmasına neden olmaktadır. Girişimciliğin kuralları olduğu ve yazılı olmayan bu kuralların kaynağını toplumdaki girişimcilik kültürünün oluşturduğu unutulmamalıdır.²¹⁰

Türkiye’de girişimciliğin gelişimini sağlamak için insanların daha geniş düşünmesini engelleyen, düşünceden çok inanca dayanan değer yargılarının olması;

²⁰⁸Yılmaz, **a.g.e.**, s.31.

²⁰⁹Emel Saçkesen, **a.g.e.**, s.70.

²¹⁰Ali Sali (Rekabet Kurulu 2.Bşk.) Prof.Dr.Tamer Müftüoğlu ile ‘Girişimcilik Üzerine’, **Çerçeve Dergisi**, Nisan, 1998, s.21.

güncel ve geçerli değer yargılarının oluşturulması, değişen kurumsal yapı içinde, ailenin temel eğitim birimi olarak çağdaş değerlerle donatılması, toplumun gelişmesini engelleyici, çağdışı kalmış değerler sisteminin değişmesi gerekmektedir.²¹¹ Bu değişimle birlikte “çağdaş girişimci” tipi ortaya çıkacak, yaygınlaşacak ve toplumun gelişme dinamiği hızlanacaktır.

Risk almaktan çekinen Türk toplumunun; eğitim yoluyla, iş kurmada karşılaşacağı riskler ve sorunları çözme konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir. Genel eğitim sayesinde bilgili ve kendine güvenen bireyler yaratmanın ötesinde, özellikle işletme ve girişimcilik alanında bilgi ve yeteneklerin öğretilmesi gereklidir. Girişimci kapasitenin artırılması için gençler arasında motivasyonun yaratılması gerekmektedir. İşbirliklerinin artırılmasına yönelik kültürel değişimin sağlanması için üniversite-sanayi işbirliklerine ve işletmeler arasındaki işbirliklerine yönelik özel teşvikler uygulanmalıdır.²¹²

2.2.1.2. Ekonomik Açıdan Girişimcilik

Türkiye çağın gerektirdiği sanayileşmesini henüz tamamlayamamış, dünya piyasalarına yeni ürün ve hizmetlerle yeterince nüfuz edememiştir. Ülkemizde yanlış alınan bazı ekonomik kararlar nedeniyle yıllardır makro ekonomik dengeleri bozuktur. Türkiye bu olumsuzluklara rağmen bilgi çağına geçişin gereklerini yerine getirerek genç nüfusuna ve toplumun bütününe daha iyi bir yaşam sağlamak zorunda olan ve bunu gerçekleştirebilecek kaynaklara sahip bir ülke konumundadır. Ülkemiz konum itibariyle Avrupa, Ortadoğu ile Asya arasında bir köprü görevini rahatlıkla yerine getirebilecek, birincil enerji kaynaklarının dağıtım şebekelerinin kalbi olabilecek imkanlara sahiptir. Bu imkanlar ve Türkiye'nin üreteceği stratejiler ülkemizi bölgesinin sosyo ekonomik gelişiminde bir merkez ülke konumuna getirecektir.²¹³

²¹¹Hakan Karalar, **a.g.e.**, s.7.

²¹²Çetindamar, Pınarcıoğlu, **a.g.e.**, s.s.189-190

²¹³Hüsamettin Kavi, '2000'li Yıllarda Girişimciliğin Önemi', **Mercek Dergisi**, Sayı:17, Ocak, 2000, s.46.

Girişimcilik kültürünün benimsenmesi ve yaygınlaştırılması, girişimciliğin gelişmesini, yaygınlaşmasını ve KOBİ'lerin artmasını olumlu yönde etkileyecektir. Ülkemiz gibi demokratik ülkelerde girişim özgürlüğü, kişi hak ve özgürlüklerinin doğal bir uzantısı ve vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu konuda özellikle girişimcilerin serbest piyasa kurallarına uygun, yasal istek ve taleplerinin dikkate alınarak karşılanması girişimciliğin gelişmesine olumlu katkı sağlayacaktır. Ülkemizin mevcut girişimcilik potansiyelinden yararlanabilmek için; rekabete açık, çalışanlara önem ve değer veren, değişime ve yeniliğe açık müşteri öncelikli bir girişimcilik kültürünün oluşturulması zorunludur. Oluşturulacak bu girişimcilik kültürü; girişimciliğin önünü açacak, girişimcilerin sınırsız hayal yeteneği ve bunları iş fırsatına dönüştürmesini sağlayacak değişime bir fırsat olarak bakmayı sağlayacak; pazarı daraltmak amacıyla değil de pazarı genişletmek amacıyla iş kurmayı ve kendini kanıtlamayı sağlayacaktır.²¹⁴ Bu gibi önemli avantajlar sunan girişimcilik kültürü, işletmelerin yeniden yapılanmasıyla birlikte işletmelerin performansının artmasını ve önünün açılmasını sağlayarak ülkemizin ekonomik gelişmesine önemli katkı sağlayacaktır.

2.2.1.3. Politik Açıdan Girişimcilik

Türkiye’de girişimciliğin yeteri kadar desteklenmediği görülmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi girişimci kişilerin karşılaştığı engeller ve bu engellere çözümlerin sağlanamamasıdır. Ülkemizde nüfusun yaklaşık % 47’si 18 ve daha küçük yaşlardadır. Bu genç nüfusun büyük bir çoğunluğu girişimci bir ruha sahiptir. David Mc Chelland , “Başaran Toplum” adlı kitabında, çeşitli ulusların girişimcilik yeteneklerini araştırmış ve Türk toplumunun bu sıralamada birinci sırada yer aldığını söylemiştir. Bu başarının nedeni ise Türk toplumunda; kendi işini kurma, bağımsız çalışma ve tek başına bir takım girişimlerde bulunma arzusunun çok fazla olmasıdır.²¹⁵

Ülkemizin mevcut potansiyelinin korunabilmesi, iyi bir girişimcilik politikasının uygulanması ile mümkün olabilir. Bu politikanın temelini ise, faaliyette bulunan girişimcilerin önlerindeki engellerin en aza indirilmesi ve girişimcilerin girişimde

²¹⁴Mahmut Tekin, ‘Girişimcilik Kültürü’, **İş Fikirleri Dergisi**, Dünya Süper Veb Ofset, 1998, Yıl.2, Sayı:19, s.43.

²¹⁵Hüsamettin Kavi, **a.g.e.**, s.48.

bulunmalarını özendirici çalışmaların yapılması oluşturmaktadır.²¹⁶ Bunun için öncelikle girişimcilerin işyeri açarken karşılaştıkları bürokratik engeller kaldırılmalıdır. İş yeri açmak için istenilen belge ve başvuru sayısı azaltılmalı, girişimciliği özendirici bir vergi sistemi oluşturulmalıdır. Başarılı girişimlerin oluşması ekonominin canlanmasında önemli etkenlerdendir. Ekonomik kalkınmanın sağlanması için devletin vergileri arttırıp yeni vergiler düzenlemek yerine girişimcilerin önündeki engelleri kaldırarak daha geniş mükelleflere ulaşmayı hedeflemesi gerekir.

2.2.1.4. Teknolojik Açıdan Girişimcilik

Türkiye teknolojik ilerlemeyi sağlayabilmek ve girişimcilik kültürünü oluşturabilmek için bazı alanlarda çalışmalar yapılmalıdır.²¹⁷

Üniversitelerde uluslararası düzeyde bilimsel çalışmalar ve yayınlar özendirmeli, bu amaçla maddi destek programları oluşturulmalıdır. Uluslararası araştırma projelerine katılım sağlanmalı ve bu projelerden bazılarının Türkiye'ye getirilmesine ve burada yürütülmesine çalışılmalıdır. Güçlü bir bilim ve araştırma alt yapısı kurulmalı ve teknoloji transferinin başarılı bir biçimde gerçekleşmesini sağlayacak örgütlerin oluşturulmasıdır. Devlet, araştırma kuruluşları ve/veya işletmelerin kuracağı bu tür transfer örgütleri teknolojik ve bilimsel gelişmelerin girişimcilere aktarılmasını sağlayacak, girişimcilerde bunları ticari uygulamalara dönüştürebileceklerdir. Türkiye'de bu tür bilgi merkezlerinin kurulması gereklidir. Bu merkezler sayesinde Türkiye bir yandan uluslararası bilgi toplama ve bilgi değişim mekanizmalarına katılabileceklerdir. Sonuçta girişimciler ile bilim insanları arasında bağ kurulmuş olacaktır.²¹⁸

Araştırma kuruluşlarında çalışan araştırmacılar, buluşlarını aktarmak için, patent konusunda bilgilendirilmeli ve mali olarak desteklenmelidir. Türkiye'de Ar-Ge çalışmaları tam anlamıyla yerine getirilememektedir. İşletmeler Ar-Ge çalışmaları için yeteri kadar işgücü ve finansman ayıramamaktadırlar. Türkiye'deki girişimciler, kendi

²¹⁶Çelik, Demirci ,a.g.e., s.28.

²¹⁷Çetindamar, Pınarcıoğlu , a.g.e., s.s.176-177.

²¹⁸A.g.e., s.177.

bünyelerinde Ar-Ge' ye yatırım yapmalı ve sürekli olarak yeni ürün ve üretim süreçleri geliştirmeye çalışmaktadırlar.

2.2.1.5. Eğitim Sistemi Açısından Girişimcilik

Bilinçli ve bilimsel olarak yaratıcı insan yetiştirmenin temel yolu eğitimin içeriğini ve niteliğini değiştirmekle olur. Türkiye'de eğitim sistemi insanlara girişimcilik nitelikleri kazandırmaktan ve girişimcileri destekleyici olmaktan uzaktır. Türkiye potansiyelinin altında, fakat imkanlarının üstünde yaşayan bir ülkedir.²¹⁹ Ülkemiz gelişmiş ülkelere oranla daha genç nüfusa sahiptir. Bu genç nüfusun girişimcilik konusunda bilgilendirilmesi ve girişimcilik kültürünün kazandırılması için gereken çalışmalar yapılmalıdır. Ülkemizde girişimcilik kültürünün oluşabilmesi için gençlerin girişimcilik nitelikleriyle donatılması gerekmektedir. Eğitim ve öğretim programlarında girişimciliğe yer verilmeli ve girişimciliğin meslekler arasındaki yeri yükseltilmelidir.²²⁰

Türkiye girişimcilik konusunda hem güçlü hem de zayıf tarafları olduğunun bilincine varmalı; buna göre politikalar ve önlemler oluşturmalıdır. Güçlü yönlerini en iyi şekilde değerlendirmeli, zayıf yönlerini de güçlendirmenin yollarını aramalıdır. Girişimcilik konusunda Türkiye'nin en güçlü yanı, insanlarındaki cesaret ve buradan kaynaklanan riske girebilme gücü ile yeteneğidir. Fakat; bu cesaretin cehalete dayanan bir cesaret değil, rasyonel bir cesaret olabilmesi için, girişimci adaylarının en iyi şekilde eğitilmesi gerekmektedir.²²¹

Bir işletme kurmak şevk ve yaratıcılık ister. Kurulu bir işletmeyi geliştirmek ise zamanlama, etkinlik, yeterlilik ve güvenilirlik gibi daha ileri yönetim becerileri gerektirir. Kişilik ve yönetim becerilerinin başarısının kilit unsurları olduğu göz önüne alındığında; girişimciliğe uygun kişisel becerilerin erken bir yaşta itibaren

²¹⁹Taner Müftüoğlu, Sinan Alp, 'Yeni Yüzyılda Girişimci Ruhu ve KOBİLER', Ortak Konferanslar Dizisi, Kitap-5, TOBB Yayınları, İstanbul, s.15.

²²⁰Sezer Korkmaz, 'Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma', Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi, 2000, s.18.

²²¹Tamer Müftüoğlu, 'Dünyadaki Gelişmeler Işığında Türkiye'de Girişimcilik Paneli', Açılış Konuşması, KOSGEB Yayınları,(16.04.1993), Ankara, s.4.

kazandırılması ve bunun üniversite seviyesine kadar sürdürülmesi bir gereklilik olarak ortaya çıkar.

Türkiye eğitimle ilgili kaynaklarını arttırmalı ve bu alanda yatırımlarını en kısa zamanda gerçekleştirmelidir. Türkiye'nin girişimci kapasitesini zenginleştirecek ancak şu anda aktif olarak kullanamadığı iki önemli kaynağı mevcuttur. Bunlardan birincisi Türkiye'nin genç nüfusu, ikincisi ise kadınlardır. Bu kesimlere yönelik özel eğitim programları düzenlenmelidir. Genel eğitim programlarının yanında yöneticilik ve girişimcilik için gerekli olan özel yetenek ve bilginin öğretilmesine yönelik programlar hazırlanmalıdır. Örneğin, liseden başlayarak müfredat içine girişimcilik dersleri eklenebilir. Özellikle teknik lise ve meslek yüksek okulu eğitimi alanların girişimci olmasını teşvik edebilmek için onlara özel eğitimler verilmelidir.²²²

Üniversiteler ve bilim kuruluşları ileri düzeyde bilimsel çalışmalar yaparak üniversitelerin araştırma potansiyelini arttırmalı, sanayinin ve toplumun gereksinimlerinden kaynaklanan projeler üzerinde çalışmalı, böylece endüstriyel ve sosyal araştırmalar konusunda deneyimli mezunlar yetiştirmelidir.²²³ Üniversitelerde girişimcilik eğitimi sadece idari bilimler fakültesi öğrencilerine değil aynı zamanda diğer bölümlerin öğrencilerine de verilmelidir. Örneğin teknik üniversitelerde verilecek girişimcilik dersleri, girişimcilik potansiyeli ile teknik potansiyelin buluşturulmasına katkıda bulunabilir.

2.2.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Ülkemizde girişimciliğin tarihsel gelişimi incelendiğinde bu bölümün temel olarak altı bölüme ayrıldığı görülmektedir. Bu bölümler aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılacaktır.

²²²Müftüoğlu, **a.g.e.**, s.5.

²²³Çetindamar, Pınarcıoğlu, **a.g.e.**, s. s.179-180

2.2.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi

Osmanlı İmparatorluğunda hakim öge, tüm dünyaya başkalarının toprağını kontrol ederek hakim olmaktır. O tarihlerde devlet yönetiminde odaklaşma Osmanlıda ticaretin, girişimciliğin önemli olmadığı sonucunu çıkarmıştır. Osmanlıda girişimcilik, sosyal statüsü fazla olmayan ve müslümanların dışındaki kişilerin yaptığı bir ayrıntı olarak algılanmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu'nda girişimcilik hareketi Padişah Abdülmecit zamanında ilk dış borçlanmanın gerçekleşmesinden sonra ortaya çıkmıştır. Yine bu dönemde bankacılık ve sigortacılık sektöründe bazı gelişmeler olmuştur. O dönemde kurulan Osmanlı Bankası Merkez Bankası görevini yapmıştır.²²⁴

Bilindiği üzere 16. ve 17. yüzyıllarda Akdeniz dünyada ticaretin en yoğun olduğu bölgelerin başında gelmektedir. 16. ve 17. yüzyıllarda özellikle coğrafi keşiflerin artması ve dünyanın yeni ülkelerinden getirilen zenginliklerle, Atlantik okyanusuna kıyısı olan İngiltere, Hollanda, Fransa, İspanya ve Portekiz gibi ülkeler ticarete büyük aşamalar sağlamışlardır. Sanayi toplumu olarak gerçekleşen bu yeni oluşum önce Avrupa'nın diğer ülkeleri olmak üzere Osmanlı ekonomisini de etkilenmiştir.²²⁵ Bu etkileşim ancak 19. yüzyılda hissedilmeye başlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nda 19. yüzyılın ortalarına kadar loncalar faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Loncalar, Osmanlı İmparatorluğunda tüm esnafı temsil eden kurumdur. Bir işte çalışabilmek için bu işle ilgili iş koluna girmek gerekmektedir. Burada sıkı ve uzun bir uygulamalı eğitimin ardından çıraklık ve kalfalık döneminden sonra ilk önce müteakip usta ünvanını almakta, gerekli eğitim aşamalarından sonra gerekli sınavları kazanıp, usta ünvanını aldıktan sonra bağımsız bir iş kurma izni alabilmekteydi. Lonca üyesi ustalar arasında güçlü bir işbirliği vardı ve aralarında rekabet söz konusu değildi. İç pazarın sınırlı olması nedeniyle belirli sayıda ve izinli olarak bir işyeri açabilmektedir. "Gedik"

²²⁴ Aytekin Altıparmak, 'Müteşebbis Kavramı ve Tanzimattan 1932 'ye Türkiye'de Müteşebbis Sınıfının Gelişimi', Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 1993, s.27.

²²⁵ Ruhi Açıkgöz, 'Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo Kültürel Faktörler', DPT Yayınları, Ankara, 1995, s.17.

denilen işyeri kiralama hakkı ustalara verilen önemli bir imtiyazdır. Özellikle İstanbul ve çevresinde “gedik” adını alan loncalar son dönemde yeniçerilerin de desteğiyle fabrikalar (atölye) kurulmasını engellemişler ve gedik hakkı imtiyazı suistimal edilmeye başlanmıştır. 1826 yılında yeniçeri teşkilatının kapatılmasıyla birlikte gedik teşkilatının gücünde büyük ölçüde azalmıştır. İmparatorluğun son dönemlerinde de tamamen kaldırılmıştır.²²⁶

Ahilik kurumu, Lonca ve Gedik teşkilatları söz konusu dönemlerde önemli işlevleri yerine getirmiş, teşkilatların durağan yapıları; zaman, verimlilik, ekonomiklik ve kazanç gibi özellikle sanayide büyük önem taşıyan kaygılar taşımaması gibi nedenlerle yeni gelişmelere ayak uydurulamamıştır. Böylece sanayi toplumunun ürünü olan girişimciliğin gelişmesi için uygun ortam hazırlanamamıştır. Ancak Türk Girişimcilik Kültürü ve Türk Girişimcilik Etiğinde halen söz konusu kuruluşların etkisi sürmeye devam etmektedir.²²⁷

Osmanlı İmparatorluğu’nda sanayileşme hareketi Tanzimat İlanı ile hızlanmaya başlamıştır. Bu dönemde hız kazanan batılılaşma hareketi içinde sanayileşmede yer almaktadır. Ancak toplumsal yapı ve alt yapının oluşturulamaması nedeniyle sanayileşme hareketi daha çok devletin öncülüğünde yapılmıştır.²²⁸ Bu da bürokrasinin artmasına neden olmuş, böylece bürokrasi kendi egemenliğini korumak için girişimcilere fazla yaşam hakkı tanımamış ve onları kendi denetimi altında tutmaya çalışmıştır.

1908 yılında ikinci Meşrutiyetin ilanı ile Kanuni-Esasi kabul edilmesi ve Mebusan Meclisinin açılması ile Osmanlı Devletinin yapısında önemli değişiklikler olmuştur. Bunun ekonomik alana yansımalarının bir örneği de liberal düşünce tarzının ağırlık kazanması doğrultusunda girişimciliğin Osmanlı İmparatorluğu içinde önem kazanması ve yabancı sermayeye tanınan geniş imkanlar olmuştur. Tanzimatla birlikte bürokrasinin, rüşvet ve iltimas gibi yolsuzlukların artması, ekonomik yaşamın

²²⁶ Akdemir, ‘Girişimcilik Kültürü’, s.44.

²²⁷ Müftüoğlu, a.g.e., s.54.

²²⁸ Çelik, Demirci, a.g.e., s.26.

gelişmemesi ve ekonomik gelişme için gerekli yatırımların yapılmaması nitelikli bir girişimci tabakasının oluşmasına engel teşkil etmiştir.²²⁹

İkinci Meşrutiyetle birlikte klasik Osmanlı devleti anlayışı yeni bir boyut kazanmıştır. İttihat ve Terakki'nin önde gelenleri “mali devlet” yerine “iktisadi devlet” görüşünü benimsemişlerdir.²³⁰ İkinci Meşrutiyetin ilanı ile birlikte ülkenin kavuştuğu özgürlük havası içinde gerek ticari gerekse sanayi alanında bir canlanma meydana gelmiş ve sanayiye diriltmek için 1913’de “Teşviki Sanayi Muvakkatı” çıkarılmıştır.²³¹

Bu kanuna göre bazı önemli sanayi işletmelerinde fabrika toprağı verme, vergi bağışıklığı sağlama, taşıma indirimleri, üretim primleri, devlet kurumlarını zorunlu alıcı kılma gibi teşvik tedbirleri kabul edilmiştir. Bu kanun birtakım vergi muafiyetleri ile yerel üretimde kullanılacak girdilerin ithalindeki gümrük muafiyetlerini kapsamaktadır. Bu kanunun genel amacı sermaye birikimini arttırmak ve özel girişim eliyle sanayileşmeyi sağlamaktır. 1915 yılında İstanbul, Bursa, Bandırma, İzmir, İzmit, Uşak ve Manisa’da Teşviki Sanayi Kanunu’nda yaralanan ticari kuruluşlarda bir sanayi sayımı yapılmıştır. Sayım sonucu devlet kuruluşları genellikle dokuma sanayinde toplanmış ve özel girişime ait 242 kuruluştan 28 tanesinin anonim şirket olduğu, kalan 214 adedinin de özel şahıslar mülkiyetinde olduğu ortaya çıkmıştır. Özel girişimde, sermaye ve mali güç olmadığı organizasyon ve teknik bilginin yetersiz olduğu, özel girişimin küçük el sanayinden öteye ulaşmadığı saptanmıştır.²³² 1915 yılında Teşviki Sanayi Kanunu’ndan yaralanan ticari kuruluşların sektörel dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.²³³

²²⁹Altıparmak, **a.g.e.**, s.28.

²³⁰Girişimcilik Kültürü ‘**Ekonomik Denge Dergisi**’, Ankara Ticaret Odası Yayın Organı, Sayı:8, Yıl.2, Eylül-Ekim 1997, s.10.

²³¹Tamer Müftüoğlu, ‘Osmanlı Döneminde Türk Girişimciliği’, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı.6/97, s.39.

²³²TUGİAD, **a.g.e.**, s.19.

²³³Ayşe Buğra, **Devlet ve İş Adamları**, İstanbul, İletişim Yayınevi, 1995, s.68.

Tablo 2.1. 1915 Yılında Türkiye’de Sanayi Kuruluşlarının Sektörel Dağılımı

Sektör	İşletme Sayısı	Kamu Kuruluşu	Anonim Şirket	Özel Firma
Gıda Sanayi	75	1	8	66
Çimento,Kil,Seramik	17	1	5	11
Deri Sanayi	13	1	1	11
Kereste Sanayi	24	-	-	24
Tekstil Sanayi	73	18	10	45
Kağıt ve Baskı Sanayi	51	1	-	50
Toplam	264	22	28	214

Kaynak: Ayşe Buğra, **Devlet ve İş Adamları**, İstanbul, İletişim Yayınevi, 1995, s.68.

1913 Kanunu hükümetin ulusal sanayiye geliştirme konusundaki karlılığının önemli bir işaretini oluşturmasına karşın, İttihat Terakki Fırkası’nın ulusal girişimci sınıf yaratılması hedefinin en önemli adımını oluşturamamıştır. Ticaret kanunu ve mülkiyet esaslarının özel girişimciliğe uygun hale getirilmesi ve ITF’nin kimi üyelerinin bizzat iş dünyasına katılmalarıyla oluşmaktadır.²³⁴

Cumhuriyet öncesi girişimciliğin tarihsel gelişim süreci aşağıdaki tabloda kısaca özetlenmeye çalışılmıştır.²³⁵

²³⁴ Ayşe Buğra, **‘Devlet ve İş Adamları’**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1995, s.85.

²³⁵ TUGİAD, **a.g.e.**, s.21.

Tablo 2.2.Cumhuriyet Öncesi Girişimcilikte Yapılanlar ve Karşılaşılan Engeller

Yapılanlar	Karşılaşılan Engeller
Sanayi Mektebi Açılması(1867)	İngilizlere tanınan imtiyazlar
Şirket kurmanın teşvik edilmesi (1867)	Devletin teşvik veremez hale gelmesi
Sanayi odalarının kurulması (1880)	Verilen teşviklerin etkisiz kalması
Teşvik-i Sanayi Kanunu Muvakkatı (1913)	Eşgüdüm eksikliği
Özel girişimlerle sanayileşme eğilimleri	Ekonomi hukukunun bulunmayışı
Sanayi sayımı (1915)	Ticaretin daha çok yabancılarda görülmesi
Özel girişimlerin küçük el sanayinde yoğunlaşması	Savaşın etkileri
Ticari girişimlerin genellikle yabancılardan kontrolünde olması	Duyun-u Umumiye'nin mali yapı üzerindeki etkileri
	Tarıma dayalı bir toplum olunması
	Ticaret yapma geleneğinin bulunmaması

Kaynak:Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik

Nitelikleri,TÜGİAD, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat, 1993, s.21.

Yukarıdaki tabloda Cumhuriyet'in ilanından önceki dönemde girişimcilik alanında yapılanlar ve karşılaşılan engeller verilmiştir. Sanayi mektebinin açılmasıyla birlikte halka işletme kurmaları için teşvik edilmiş daha sonra kurulan sanayi odalarıyla birlikte gerekli destekler verilmiştir. Bunun yanı sıra İngilizlere tanınan imtiyazlar, devletin yeterli düzeyde teşvik vermemesi ve verilen teşviklerin etkisiz kalması, halkın ticareti daha çok yabancılarla yapması ve savaşın etkileri gibi nedenlerle Cumhuriyet öncesinde girişimcilik yeteri kadar gelişmemiştir.

2.2.2.2. 1923 – 1930 Arası Dönem

Osmanlı İmparatorluğu'ndan yeni Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne girişimciliğin gelişimini sağlayacak yeterli sermaye birikimi ve bu birikimi elinde tutabilecek girişimci bir sınıf bırakılmamıştır. Bu nedenle 1923-1930 arası "ulusal ekonominin kurulması" dönemi olarak tanımlanabilir. Bu dönemde bir yandan yabancılardan değişik alanlardaki hakimiyetlerine son verilmeye çalışılmış, diğer yandan girişimciliği teşvik

etmek amacıyla bir dizi önlem alınmıştır. Tüm bunlara karşın, bazı yetersizlikler ve savaşın etkilerinin sürmesi nedeniyle önemli bir gelişme sağlanamamıştır.²³⁶

Türkiye Cumhuriyeti kurucuları, ülke Kurtuluş savaşıyla bağımsızlığını kazanınca ekonomi politikasının başlıca eksenlerini 1923 yılı şubat ayında toplanan İzmir İktisat Kongresinde belirlemişlerdir. Bu kongredeki düzenlemeler siyasi bağımsızlığın kazanıldığı bir ortamda, özel kesim aracılığıyla sağlanacak bir sanayileşmeyi öngörmüştür.²³⁷ Gerçekten de İzmir İktisat Kongresi'nin Türkiye'deki girişimcilik çabalarının gelişiminde yadsınamaz bir önemi vardır. İzmir'de toplanan I.İktisat Kongresinin temel ilkelerinden biri Türk insanını girişimci yapmak olmuştur.

İzmir İktisat Kongresi'nin aldığı kararlar “Ulusal Girişimciler” ideolojisini destekler niteliktedir. Kongre tamamlandığında aşağıdaki kararlar alınmıştır.²³⁸

- Anonim Şirketlerin kurulmalarının kolaylaştırılması,
- Milli bankaların kurulması,
- Demiryolları İnşasının hükümetçe bir programa bağlanması,
- Sanayinin teşviki,
- Yerli malı giyilmesi,
- Amele denilen iş erbabına bundan sonra işçi denilmesi ve sendika hakkı tanınması.

Eski kurumsal yapıların Türkleştirilmesiyle bu sorunun çözüleceği var sayılmaktadır. Ancak sanayinin henüz alt basamaklarında bir gelişme düzeyinde bulunan bir ülkenin gerekli kurumsal düzenlemeler olmadan ekonomik sorunlarını çözmesi, gelişmeyi hızlandırması ve dışa bağımlılığını azaltması kolay değildi.²³⁹

Ayrıca bu dönemde Kırım'dan, Makedonya'dan, Arap ülkelerinden ve Asya'nın diğer yörelerinden gelen göçmen Türkleri edindikleri üretim kültürünü Türkiye'ye

²³⁶Altıparmak, a.g.e., s.18.

²³⁷Mehmet Altan, 'Süperler ve Türkiye', İstanbul, AFA Yayınları,1986, s.28.

²³⁸Eyüboğlu, 'Anadolu Sanayinde Girişimci Özellikleri',s.17.

²³⁹Afet İnan, **Devletçilik İlkesi ve Türkiye Cumhuriyetinin Birinci Sanayi Planı**, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Sayı 14, s.28.

taşımışlardır. Örneğin; tarım makinelerinin üretiminde, Tatar asıllı Türklerin, Kırım yöresinden getirdikleri pulluk ve orak makinelerinin payı vardır. 1929 Dünya ekonomik krizi, özellikle ABD ve Avrupa Ülkeleri ile beraber genç Türkiye Cumhuriyetinde de, ekonomik istikrar ve gelişmede devlet müdahaleciliğini ön plana çıkarmıştır. Sümerbank, Etibank, Merinos vb. kuruluşlarının doğması ve geliştirilmesi bu anlamda değerlendirilebilir. Özellikle Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında, Türkiye'yi ekonomi açısından olumsuz yönde etkileyen sorunlardan birisi de yeterli sayıda, nitelikli girişimcilerin olmamasıdır. Bu nedenle söz konusu sorunların minimum düzeye düşürülebilmesi için, girişimcilerin niteliklerinin maksimum düzeye çıkarılmasına çalışılmıştır.²⁴⁰

Ekonomik kalkınmanın temel unsuru olan 6 özel sektörün sermaye ve gücünün yetersiz kaldığı veya korunmaya gereksinim duyulan ekonomik alanlardaki işlerin Devlet'in üstlenmesi ilkesinden hareketle, Atatürk'ün desteğinde ekonomik kalkınmada özel girişimciliği desteklemek için 1924 yılında İş Bankası kurulmuş ve 1927 yılında Teşvik-i Sanayi Kanunu çıkarılmıştır. Diğer yandan devlet işletmelerini özel girişime devretmek amacıyla Sanayi ve Meadin Bankası kurulmuştur.²⁴¹

²⁴⁰Tamer Müftüoğlu, 'Cumhuriyet Dönemi Türk Girişimciliği-I', **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı:8, 1997, s.60.

²⁴¹**A.g.e.**, s.60.

Cumhuriyet sonrası girişimciliğin tarihsel gelişimi aşağıdaki tablo 2.3 de kısaca özetlenmiştir.²⁴²

Tablo 2.3. 1923-1930 Yılları Arasında Girişimcilikte Yapılanlar ve Karşılaşılan Engeller

Yapılanlar	Karşılaşılan Engeller
Ulusal girişimciler yaratma çabaları	Gümrük tarifelerinin yükseltilmemesi
İzmir İktisat Kongresi (1923)	Özel girişimi özendirici ve koruyucu-
Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası'nın kurulması(1927)	düzenlemelerin yapılmaması
Teşvik-i Sanayi Kanunu (1927)	Sermaye kavramının bilinmemesi
Ulusal Ekonominin temellerinin atılması	I. Dünya ve Kurtuluş Savaşının etkileri
Ekonomide yabancıların hakimiyetine son verme girişimleri	Devralınan sınai altyapının yetersizliği
Özel sektörün tatminkar bir gelişme gösterememesi	Piyasa ekonomisine geçişi sağlayacak güçlerin gelişme aşamasında olması
Osmanlı Bankası'nın yetkilerinin kısıtlanması (1924)	Madenlerin denetiminin yabancılar da olması
İş Bankasının kurulması	Ticari faaliyetlerin önemli bölümünün yabancıların elinde olması
Sanayileşmedeki başarısızlık	Dönemin tek etkili ulaşım olanağı olan demiryollarının yetersiz ve yabancıların denetiminde olması

Kaynak:Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri, TÜGİAD, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat, 1993, s.21.

1923 – 1930 yılları arasında ulusal girişimci yaratma çabasıyla birlikte İzmir İktisat Kongresi yapılmış, Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası ile İş Bankası kurulmuş, ekonomide yabancıların hakimiyetine son verilerek ulusal ekonominin temelleri atılmaya çalışılmıştır. Bir tarafta bunlar yapılırken diğer taraftan da I. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşının etkileri, demiryollarının yetersiz ve yabancıların denetiminde olması, halk tarafından sermaye kavramının yeterince bilinmemesi ve özel girişimi

²⁴² TÜGİAD, a.g.e., s.21.

özendirici düzenlemelerin yapılmaması Cumhuriyeti ilanından sonra ulusal ekonominin kuruluşunda engel teşkil etmektedir.

2.2.2.3. 1930-1950 Arası Dönem

1929 Dünya ekonomik krizi genç Türkiye Cumhuriyeti'ni önemli ölçüde değiştirmiştir. Bilindiği gibi bu tarihten itibaren klasik, liberal ekonomi politikaları inanırlığını büyük ölçüde yitirmiştir. Sonuçta bir yandan uluslararası ticaret hacmi azalırken, diğer yandan ulusal ekonomi üzerinde devletin etkisi artmaya, ekonomide devlet müdahalesi yaygınlaşmaya başlamıştır.

Bu dönemde özel sektörün yetersiz kaldığı alanlarda, devletin yatırım yapmasını amaçlayan devletçilik politikası uygulanmıştır. Devletçilik politikasının benimsenmesinde özel girişimin yetersizliği, sermaye yetersizliği, 1930 buhranı etkili olmuştur. Yine de özel girişim desteklenmiştir. Beş yıllık birinci, ikinci ve üçüncü sanayi planları bu dönemde yapılmıştır. Bu planlar yalnız sanayi kesiminin planlamasını yapmakta ve nerede hangi fabrika kurulacağını göstermektedir. 1930 ekonomik bunalımı ve İkinci Dünya Savaşı'nın bu döneme rastlaması ve savaş ekonomisinin uygulanması girişimcilik açısından engel teşkil etmiştir. Ancak; özel sektörün girişimciliğinde bir önceki döneme göre kayda değer gelişmeler yaşanmıştır.²⁴³

Devletçilik politikasında girişimciliğin tarihsel gelişimi aşağıdaki tablo 2.4 de kısaca özetlenmiştir.²⁴⁴

²⁴³TUGİAD, a.g.e., s.19.

²⁴⁴A.g.e., s.22.

Tablo 2.4. 1930 – 1950 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar ve Karşılaşılan Engeller

Yapılanlar	Karşılaşılan Engeller
Devletçilik politikasının benimsenmesi	Sermaye yetersizliği
Özel sermayeye dayalı sınıai yapı kurulması politikası	Nitelikli İşgücü eksikliği
Ekonomik yaşama devlet müdahalesinin başlaması	Yetersiz girişimciler
Ulusallaştırma uygulamaları	1930 Ekonomik Bunalımı
Beş Yıllık Sanayi Planları yapılması	II.Dünya Savaşı
I.(1934)	Savaş Ekonomisi Uygulamaları
II.(1938)	(1941-1945)
III.(1945)	
Milli Koruma Kanunu (1940)	
Varlık Vergisi Kanunu	
Milli Ekonomi Kongresi'nin toplanması	
Devletçiliğe yönelik ilk eleştirilerin	
Sanayide özel sektörün bir önceki döneme- gözle görülür bir gelişme göstermesi	

Kaynak: Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri, TÜGİAD, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat, 1993, s.22.

Yukarıdaki tabloda 1930-1950 yıllarında Ekonomide yapılanlarla, karşılaşılan engeller özetlenmiştir. Bu yıllar arasında Devletçilik politikası benimsenmeye çalışılarak beş yıllık kalkınma planları yapılmıştır. Bu dönemde sanayide özel sektör bir önceki döneme göre gözle görülür bir gelişme göstermiştir. Bunların yanı sıra sermayenin yetersizliği, nitelikli işgücü eksikliği, 1930 yılındaki ekonomik bunalım ve II. Dünya Savaşının ekonomiye etkileri 1930 – 1950 yılları arasında girişimcilik için engel teşkil etmektedir.

2.2.2.4. 1950 – 1970 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar

1950'ler Türkiye'de çok partili demokratik dönemin başlamasıyla politik alanda, piyasa ekonomisine ve ekonomik liberalizasyonuna ilişkin önemli girişimlere ekonomik alanda çok önemli atılımların başlangıcı olarak kabul edilir. Ayrıca bu yıllar ikinci dünya savaşı sonrası politik ve ekonomik konjoktörün Türkiye'ye çok önemli fırsatlar sunduğu ve Türkiye'yi çok önemli tehlikelerle karşı karşıya bıraktığı yıllardır.²⁴⁵

Bu dönem ekonomide liberalleşme eğilimlerinin ön plana çıktığı yıllar olmuştur. Tarıma ağırlık verilmesinin yanı sıra, alt yapı yatırımlarında da artış görülmüştür. 1950 yılı sonrası Marshall yardımı ve Demokratik Partinin özel sektörü kurma adına girişimcilik dünyasında oluşturduğu yeni felsefe, ülkede önemli bir altyapı oluşturmuştur.²⁴⁶ Sanayileşme açısından 1950 yılı demokrasinin en büyük faydası, insanların İstanbul'a göçlerine müsaade edilmesi ve emeğin ucuzlamasıdır. Bu dönemde devletin ekonomi politikası yerli ve yabancı girişimci açıkça korumuştur. Özel girişimin sanayideki payı daha önce yüzde 50 iken yüzde 70'e çıkması bu dönemde görülen bir kayda değer gelişmedir.²⁴⁷ Ancak 1955 yılını izleyen devrede, artan enflasyon buna bağlı olarak fiyat artışına engel olmak için KİT'lerin maliyet altında fiyat belirlemeye zorlanması, bunun devlete getirdiği yük sonucu enflasyonun körüklenmesi ve 1958'de devalüasyona gidilmesi stabilizasyon kararları olarak da bilinir.

1960'lar ise planlı ekonomiye geçiş yıllarıdır. Bu dönemde iki tane Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlanmış ve uygulamaya konulmuştur. Devletçilik ilkesinin etkilerinin devam etmesine karşın, planlı dönemde özel sektöre ağırlık verilmiş ve özel sektör yatırımları artış göstermiştir. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile Sanayileşme felsefesiyle yeni bir sanayici kuşağının oluşmasına yol açmıştır. Bu yeni girişimci tipi yeni bir misyon üstlenmiştir. Bu misyon öncülüktür. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planıyla da özel sektör yatırımlarına ağırlık verilmiştir.²⁴⁸

²⁴⁵Tamer Müftüoğlu, 'Cumhuriyet Dönemi Türk Girişimciliği-II', **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı: 9, 1997, s.54.

²⁴⁶Girişimcilik Kültürü, '**Ekonomik Denge Dergisi**', Ankara Ticaret Odası Yayın Organı, Sayı: 8, Eylül-Ekim 1997, s.10.

²⁴⁷Tamer Müftüoğlu, 'Cumhuriyet Dönemi Türk Girişimciliği-III', **a.g.e.**, s.51.

²⁴⁸TUGİAD,**a.g.e.**, s.20.

1950-1970 arası Liberal ekonomi döneminde girişimciliğin tarihsel gelişimi aşağıdaki tabloda özetlenmeye çalışılmıştır.²⁴⁹

Tablo.2.5. 1950-1970 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar ve Karşılaşılan Engeller

Yapılanlar	Karşılaşılan Engeller
Devletçiliğin giderek belirginleşmesi	Aşırı Yatırım Sonucu Para ve döviz sıkıntısı
Ticarette de devletin payının artması	Artan Enflasyon
Marshall yardımları	Devalüasyon
Özel girişimciliğin teşvik edilmesi	İthal İkamesi Politikasının benimsenmesi
Tarım ağırlık verilmesi	
Kamunun altyapı yatırımlarının artması	
Özel girişimin sanayide payının % 70'e yükselmesi	
1950'li yılların sonuna doğru tırmanan- enflasyon nedeniyle gayri menkule yönelinmesi	
Özel sektör yatırımlarında artış	
KİT'lerin maliyetlerinin altında fiyat belirlemesi	
Stabilizasyon kararları (1958)	
Tarım,sanayi ve finansman kesiminde girişimciliğin yaygınlaşması	
Beş Yıllık Kalkınma Planları (1963 - 1968)	
Planlı Dönemde özel girişimciliğin ön plana alınması	

Kaynak: Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri,
TÜGİAD, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat, 1993, s.22.

Yukarıdaki tabloda 1950-1970 yılları arasında Liberal Ekonomi döneminde ekonomide yapılanlar ve karşılaşılan engeller özetlenmiştir. Bu dönemde girişimciliği özendirici pek çok politikalar uygulanmış, tarım ve altyapı alanlarında yatırımlara öncelik verilmiş, özel kesimin güçlendirilmesine yönelik uygulamalar yapılmasına rağmen kalkınma stratejilerinin ana özellikleri değişmemiştir. İthal ikamesine dayalı

²⁴⁹TUGİAD, a.g.e., s.22.

sanayileşme bu dönemde özel ve kamu işbirliği ile devam etmiştir. Bunlar arasında; tercihli kredi kullandırılması, hükümet sözleşmeleri, ithalatçılara döviz kullandırılması gibi uygulamalar sayılabilir.²⁵⁰ 1950 yılında Dünya Bankasının önerisiyle, amacı özel sektöre iç ve dış kredi sağlamak olan Türkiye Sınai Kalkınma Bankası kurulmuştur. Bu dönemde özellikle ulaştırma, enerji ve haberleşme alanlarında yapılan altyapı yatırımlarıyla özel sektör için dışsal ekonomiler yaratılmıştır.²⁵¹

2.2.2.5. 1970-1980 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar

Bu dönem; ithal ikamesi politikasının giderek yaygınlık kazandığı bir dönemdir. Bu dönemin başlarında kamu yatırımlarında düşme eğilimi olmuş, sanayileşme eğilimi ve özel sektör girişimciliği artmıştır. Bu dönemdeki temel amaçlardan birisi geleneksel mal üretimini bir ileri aşamaya taşımaktır. Bu dönemde Kıbrıs Harekatı ve sonucunda gelen ambargo, petrol şokları, yükselen enflasyon, siyasal ekonomik istikrarsızlık, ithal ikamesi politikasının tıkanması, döviz sıkıntısı, dışa açık olmama ve teşvik uygulamalarının giderek dönemin gereksinimlerine cevap vermekten uzaklaşmaya başlaması, girişimcilik üzerinde olumsuz etkiler yaratmıştır.²⁵²

12 Mart 1971 tarihinde askeri muhtıra sonucu mevcut hükümetin çekilmesi onun yerine kurulan reform hükümeti bir takım ekonomik ve sosyal reform hareketlerine girişmiştir. Ekonominin istikrarsızlığa ve durgunluğa yönelmesiyle ortaya çıkan genel memnuniyetsizlik ve rahatsızlık üzerine 1. reform hükümeti istifa etmek zorunda kalmıştır. Sonraki reform hükümetleri 1. reform hükümeti 1. hükümetin getirdiği geniş kapsamlı devletleştirme programlarını uygulamadan kaldırmış, özel teşebbüsün yeniden teşviki prensibini benimsemiş ve 1973 yılında oldukça ılımlı bir “Tarım ve Toprak reformu Kanunu” çıkarmıştır.²⁵³ Bu dönemde Gayri Safi Milli Hasıla Gelişme Hızı yükselmeye başlamıştır.

²⁵⁰Tamer Müftüoğlu, Asude Özsoy Tuncel, Yağmur Akbulut, ‘Tarihi Gelişim Süreci İçinde Türkiye’de Girişimcilik’, **İlim ve Sanat Dergisi**, Sayı:43, Mart 1997, s.13.

²⁵¹**A.g.e.**, s.13.

²⁵²TUGİAD,**a.g.e.**, s.20.

²⁵³**Türkiye’de Ekonomik Yapı Değişmeleri**, Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Ankara, 1989, s.31.

1970-1980 ithal ikamesi döneminde girişimciliğin tarihsel gelişimi aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.²⁵⁴

Tablo 2.6. 1970-1980 Yılları Arasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar ve Karşılaşılan Engeller

Yapılanlar	Karşılan Engeller
Dönem başlarında kamu yatırımlarında düşme eğilimi	Siyasal ve ekonomik istikrarsız
Sanayileşme eğilimlerinin artması	Yükselen enflasyon
Özel sektör girişimciliğinin artması	İthal ikamesi politikasının tıkanması
Geleneksel tüccar anlayışının yıkılmaya başlanması	Dışa açık olmamanın yarattığı olumsuzluklar
Sanayici kavramının yaygınlaşması	Dış ticarete gereken önemin verilmeyişi
Teşvik uygulamalarının olumlu sonuç vermesi	Döviz sıkıntısı
Girişimci sayısında gözle görülür paralel artışların gerçekleşmesi	Teşvik uygulamalarının koşullara uymayan bir yapıya kavuşması
Kamu yatırımlarının hedeflenenin altında gerçekleşmesi	Kıbrıs Harekatı ve Ambargo
	Petrol şokları

Kaynak: Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri, TÜGİAD, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat, 1993, s.23.

Yukarıdaki tabloda 1970 – 1980 yılları arasında İthal İkamesi Döneminde girişimciliğin gelişimiyle ilgili yapılanlar ve karşılaşılan engeller özetlenmiştir. Bu dönem de kamu yatırımları düşme eğilimi göstererek sanayileşme eğilimi artmıştır. Girişimci sayısı giderek artış göstermektedir. Bu da bize gösteriyor ki daha önce yapılan teşvik uygulamaları olumlu sonuç vermiştir. Bu yapılanların yanın da bu dönemde siyasi ve ekonomik istikrarsızlık, yüksek enflasyon, döviz sıkıntısı, dış ticarete gereken önemin verilmemesi girişimciliğin gelişmesi için karşımıza engel olarak çıkmıştır.

²⁵⁴TUGİAD, a.g.e., s.23.

2.2.2.6. 1980 ve Sonrası Dönem Girişimcilikte Yapılanlar

1980 yılına kadar uygulanan ekonomi politikasıyla ilgili olarak bir yol ayrımına gidilmek zorunda kalınmıştır. Ya mevcut ekonomik politika sürdürülecek ve ülke ekonomisi büsbütün batağa saptanacak ya da ekonomiyi düzeltmek için yeni tedbirler alınıp, politikalar oluşturulacaktır. Ülkemizin içine girdiği ekonomik krizi durdurmak, sorunlara bir çözüm getirmek amacıyla 24 Ocak 1980 tarihinde “24 Ocak Tedbirleri” diye anılan bir seri istikrar tedbirlerini içeren ekonomik düzenleme getirilmiştir. Bu tedbirlerin özü “fiyatları doğrudan doğruya değil, dolaylı yolda etkileme” ilkesine dayanmaktadır.²⁵⁵ 1980 ve sonrası dönemde girişimciliğin tarihsel gelişimi aşağıdaki tabloda özetlenmeye çalışılmıştır.²⁵⁶

Tablo 2.7. 1980 ve Sonrasında Girişimcilik İle İlgili Yapılanlar ve Karşılaşılan Engeller

Yapılanlar	Karşılaşılan Engeller
24 Ocak İstikrar Tedbirleri	Kronik Enflasyon
12 Eylül Harekatı	Ekonomik Belirsizlik
Dışa açık büyüme politikası çerçevesinde-ekonomide liberalleşme	Ranta dayalı para kazanma olanaklarının-yaygınlaşması
Özel sektör girişimciliğinin artması	Kamunun mali piyasalarda ağırlığını-koruması
Özel sabit sermaye yatırımlarında reel kazanma	Oluşan kaynakların önemli bölümünün hukuki boşlukların tam anlamıyla koşullara uymayan bir yapıya kavuşması
Kamu altyapı yatırımlarının ağırlık kazanması	giderilememesi
Özelleştirme tartışmaları ve uygulamaları	Alınan tüm önlemlere karşın bürokratik-yapının basitleştirilmemesi
Hizmet sektöründeki olarak bu alanda girişimci-sayısının artması	Koşullara uygun teşvik uygulamalarının hayata geçirilememesi
Finansal hizmetlerin gelişmesi	
İhracata dönük girişimciliğin yaygınlaşması	
Teknoloji yoğun işletmelerin oluşturulması çabaları	
Tarımda modern işletmecilik çabaları	

Kaynak: Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik

Nitelikleri, TÜGİAD, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat, 1993, s.23.

²⁵⁵**Türkiye’de Ekonomik Yapı Değişmeleri,** Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Ankara,1989, s.35.

²⁵⁶TUGİAD, a.g.e., s.23.

Yukarıdaki tabloda 1980 ve sonraki dönemde girişimciliğin tarihsel gelişiminde yapılanlar ve karşılaşılan engeller özetlenmiştir. Bu dönemde 24 Ocak İstikrar tedbirleri alınarak enflasyonun yükselişini yavaşlatılmaya çalışılmış, üretim harekete geçirilerek teknoloji yoğunluklu işletmeler kurulmuştur. Kronik enflasyon ve ekonomik belirsizlik, koşullara uygun vergi uygulamalarının hayata geçirilememesi bu dönemde girişimciliğin gelişiminde engel teşkil etmektedir.

2.3. TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞEMEMESİNİN TEMEL NEDENLERİ

Son yıllarda Türkiye'de girişimcilik kavramı günden güne önem kazanarak ekonomik gündemin ilk sıralarında yer almaktadır. Girişimciliğin artan önemiyle birlikte karşılaşılan engeller ve sorunlarında önem kazandığı görülmektedir. Günümüzde Türkiye'de girişimciliğin sorunları temel bir yönetim felsefesi ve bunun enstrümanlarının yaratılması noktasında odaklaşmaktadır.

Ülkemizde girişimciliğin gelişmemesinin temel nedenleri aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılacaktır.

2.3.1. Ekonomik Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

Türkiye, çağın gerektirdiği sanayileşmesini henüz tamamlayamamış, bazı yanlış ekonomik kararların alınması nedeniyle yıllardır makro ekonomik dengeyi tam olarak sağlayamamıştır.

Girişimcilerin en çok gereksinim duyduğu girdilerin başında finansman gelir. Dolayısıyla etkin sermaye piyasalarının varlığı girişimciliği teşvik edici bir faktördür. Finansal destek girişimci faaliyet düzeyi ile doğru orantılı olup biri artarken diğeri de artmaktadır. Girişimciler finansmanlarını çok çeşitli kaynaklardan edinirler. Bu kaynakların en önemlileri; aile bireyleri ya da tanıdıkları, banka, devlet, sermaye piyasaları, varlıklı bireyler ve iş ilişkisinde beraber çalışılan firmalardır. Bu geleneksel

finansman kaynaklarının dışında özellikle de ABD’de yaygın olarak risk sermaye şirketlerinden de finansman sağlanır.

Türkiye’deki girişimcilerin finansmanla ilgili başlıca sorunlarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür.²⁵⁷

- Genel kredi hacmi içinde girişimcilere açılan kredilerin toplam içindeki payının düşük olması,
- Kaynak temininde teminat güçlüğü yaşanması,
- Öz sermaye yetersizliği,
- Tasarruf yetersizliği,
- Yatırım kredileri yetersizliği,
- Sermaye piyasalarına giriş sorunları ve zorluğu ve
- Vergi muafiyetlerinin olmaması.

Gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer alan Türkiye’nin bu kategorinin temel finansal sorunlar yaşıyor olması Türkiye’de girişimciliğin gelişmemesindeki temel nedenlerden birisidir.

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, istikrarlı ekonomik ortam ve gelişkin bir rekabet ortamı girişimciliği destekler. Girişimciliğin olabilmesi için fırsatların yaratılması ve yatırım isteği oluşturacak, hem de risk almayı mükafatlandırarak bir ortamın oluşturulması gerekir. Temel ekonomik ortamın ölçülebilmesi için gayri safi milli hasıla, ekonomik büyüme, ihracat-ithalat oranları (dış dünyaya açıklık), istihdam, kamu üretiminin toplam üretim içindeki oranı, işletme büyüklükleri, sektörel yapı, rekabet gücü, kamu açıkları, enflasyon, faizler, vergi gelirleri ve gelir dağılımı gibi göstergeleri kullanmak mümkündür.²⁵⁸ Gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer alan Türkiye’nin bu kategorinin temel özelliklerini taşıyor olması en büyük etken olarak durmaktadır.

²⁵⁷ İlhan Uludağ, Vildan Serin, ‘Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Yapısal ve Finansal Sorunları ve Çözümleri’, İTO Yay.No:1991-25, 1991, s.s. 26-27

²⁵⁸ Gülten Kazgan, *Altın Kitaplar*, 1988, s.437.

Bu kategorinin karakteristik özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:²⁵⁹

- Kişi başına milli gelirin düşük olması ve yetersiz sermaye birikimi,
- Tarımsal işgücünün fazlalığı ve tarımsal verimliliğin düşüklüğü,
- Hızlı nüfus artışı ve nüfusun diğer özellikleri,
- Yapısal düalizm,
- Kamu yönetimindeki gelişmenin toplumsal gelişmenin gerisinde kalması.

Bu özellikler Türkiye’de girişimciliğin gelişmemesinin ekonomik yapıdan kaynaklanan nedenleridir. Bu durumun ortadan kalkması için ülke koşullarının düzelmesi ve ekonomide istikrarın sağlanması gerekir.

2.3.2. Sosyo Kültürel Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

Türkiye’nin girişimcilik tarihi incelenirse girişimci bireyin önünde ekonomik sorunların varlığının yanında tarihsel ve kültürel mirasının da önemli rolü olduğu kolaylıkla görülecektir. Bu özellikler Türkiye’de yaşayan insanların psikolojik tavırları girişimciliğin performansına etkisi bulunabilmektedir. Sosyo kültürel yapıdan kaynaklanan nedenleri beş kategoride incelemek mümkündür.²⁶⁰

2.3.2.1. Kişilik Özellikleri

Girişimin temeli insan gücüdür. Bir ülkede yaşayan halkın demografik yapısı, diğer bir deyişle nüfusun yapısal özellikleri o ülkenin girişimci potansiyeli hakkında bilgi verir.

²⁵⁹Emine Karaduman, ‘**Ekonomik Kalkınmada Finansman ve Organizasyon**’, Maliye ve Gümrük Bakanlığın APKK Başkanlığı, Yayın no:1993 / 328, s.11

²⁶⁰Yılmaz Yüksel, ‘**Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesi Gereklidir. Tezine Bir Model Önerisi:İş Kurma ve Yatırım Danışmanlığı Kurulu**’, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, 1998, s.41.

Türk insanının tarihten, günümüze sorgulama bilincinin tam anlamıyla geliştiğini söylemek mümkün değildir. Sorgulama bilincinin gelişmemesi, hem geleceğe dönük perspektiflerin geliştirilememesi hem de birikmiş olan sorunlara çözüm arayacak insanların ortaya çıkmamasına neden olmaktadır. Sorgulayan insan girişimciliğe eğilimi olan insandır. Türk bireylerinin yapısı doğu kültürüne sahip olmasından toprağa sıkı sıkıya bağlı, onu ekonomik rant olarak görmekten çok manevi bağlarının bulunması onları birtakım sanayi ve ekonomik alanlara yöneltememiştir. Bu ise girişimci olma yolundaki insanların ya da toprağa bağlı olarak yaşayan insanların girişim gücünü, girişim potansiyelini sınırlayıcı nitelikte olmuştur.²⁶¹

Türk insanının temel özellikleri arasında çok kanaatkar olmasıyla tanınır. Kanaatkar olan insan bugün kazandıklarıyla geçinmeyi hedefler. Bugün elde ettiği kazançla geleceğe dönük beklentilerini karşılama konusunda hırslı olma çabası içinde olmazlar. Kanaatkar olmaları nedeniyle geçinebileceği kültürel ve maddi imkanla hayatını sürdürmeyi tasarlar. Bu anlayışı, girişimciliğin önünde bir engel olarak görülmektedir. Zira sadece karnını doyurmayı yeterli gören bir insan, birtakım şeylerden vazgeçmiş olmaktadır. Bu nedenle daha iyi eğitim, daha iyi yaşam koşulları, daha iyi bir gelecek beklentisinde olmayan ya da daha fazla üretim, daha fazla kar güdülerine sahip insanlar yetişemeyeceği için girişimciliğin önündeki kültürel engellerden bir diğeri olarak kalmaya devam edecektir.²⁶²

2.3.2.2. Yasal Düzenlemeler

Girişimcileri ilgilendiren en önemli yasal düzenlemeler; Fikri Mülkiyet Hakları (Patentler, Standartlar, vb.), Şirket Hukuku, Vergi ve Çalışma Yaşamına Yönelik Yasa ve Düzenlemelerdir.²⁶³

²⁶¹Yılmaz, a.g.e., s.42.

²⁶²F.Sabri Ülgener, 'İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası', İstanbul, Der Yayınları,1991, s.53.

²⁶³Türkiye'de Girişimcilik, a.g.e., s.51.

Yenilikler yapan ve teknolojiyi takip eden girişimciler uzun yıllar ve büyük miktarda kaynak harcadıkları fikirlerini ve buluşlarını fikri mülkiyet hakları ile korumak isterler. Aksi takdirde buluşu kopyalayan ve taklidini yapan işletmeler karşısında dezavantajlı konuma düşeceklerdir. Bu yüzden buluş yapmak için girişimcileri teşvik edebilmenin yolu, elde edebilecekleri sonuçların korunacağı ve bu korumanın yapıldığı süre boyunca buluşlarının rekabetten korunabilecekleri bir ortamdır. İşletme hukuku ile ilgili düzenlemeler açısından işletme kuruluşuna yönelik bürokratik engellerin ve maliyetlerin girişimcileri caydırıcı etkisi kaçınılmazdır. İşletme kurmanın ve kapatmanın kolaylaştırılması girişimcilik için önemlidir. Kurum ve kişisel gelir vergi oranlarının düşük olduğu, esnek işgücü piyasalarının var olduğu ve ücret-dışı işçi maliyetlerinin düşük olduğu ülkelerde girişimcilik faaliyetlerinin daha fazla olduğu görülmektedir.²⁶⁴

İşgücünün girişimcilikle ilişkisinde önemli olan bir diğer konu da işgücü piyasasının durumudur. Çalışma yaşamına yönelik düzenlemelerde girişimciliğin teşviki için gerekli olduğu düşünülen esnek işgücü yapısı ile bahsedilen düzenlemeler (istihdam artırma ve azaltma da kolaylık, işgücü mobilitesi, maaş ayarlaması.) işletmelerin kuruluş ve gelişme aşamalarında karşılaşılan mevzuat güçlüklerinin girişimciliğin gelişmesini engellediği kaçınılmaz bir gerçektir.²⁶⁵

2.3.2.4. Sosyal, Kültürel ve Politik Altyapı

Yazılı olan yasal düzenlemeler kadar yazılı olmayan; ama işletmelerin, örgütlerin ve insanların davranışlarını etkileyen, ülkelere özgü toplumsal, politik, ekonomik ve ahlaki boyutları olan altyapılar da girişimcilik için önemlidir. Yani girişimciliğin oluşması ekonomik ve teknolojik olduğu kadar değerler, algılamalar, davranışlar ve kurumsal yapılarında etkisi altındadır.²⁶⁶ Girişimcilik bir tür düşünme, muhakeme ve davranış biçimini ifade eder. Bu yüzden bir ülkede girişimciliğin gelişebilmesi için sosyal kabulüne gereksinim vardır.

²⁶⁴Mortan., Cüceloğlu, Alpaslan, 'Türkiye'de Girişimcilikle İlgili Sorunlar ve Çözümler', TUSİAD, 2001, s.5.

²⁶⁵A.g.e., s.6.

²⁶⁶İparşan, a.g.e., s.198.

Girişimci özelliklerinin toplumda genel kabul görmesi, girişimci değerlerin ve davranışların onaylanması, hatta teşvik edilmesi sayesinde girişimcilik kolayca yaygınlaşabilir. Risk almanın ödüllendirilmediği bir toplumda risk almak isteyenlerin sayısı az olacaktır. Örneğin sosyal ve kültürel değer farklılıkları nedeniyle girişimciliğin çok kabul görmediği bazı ülkelerde başarısız olma korkusu yüzünden girişimcilik faaliyetlerinin düşük olduğu gözlenmiştir.

Sosyal ortamın etkilerini inceleyen çalışmalar çocukluk aile ortamının ve moral destek ağlarının varlığının (akrabalar, arkadaşlar) girişime katkısının büyük olduğunu göstermektedir.²⁶⁷ Kişilerin aldıkları eğitim, kendi gelişmeleri için örnek aldığı kişiler, kişisel değerleri ve motivasyonu da girişimci olmasını etkileyen faktörler arasındadır. Örneğin ailesinde girişimci olan çocukların girişimci olma eğilimlerinin daha fazla olduğu saptanmıştır. Girişimcinin bulacağı moral ve işbirliği ağları ise kuruluş aşamasında firmanın karşılaştığı sorunların daha rahat çözülmesini sağlayacağından girişimciliğin gelişmesine büyük katkıda bulunur.

2.3.3. Tarihsel Nedenler

Osmanlı Döneminde toprağın sahipliğini devlet yapmaktadır. Devlet aynı zamanda toprağı hem üretendir, hem satandır. O yüzden böyle bir merkezi yapı böyle bir belirleyici etkin ve dominant bir yapı bireylerin girişimciliğinin önündeki en büyük engeldir. Devletin aktif olarak üretim biçimlerini belirlemesi hatta bir üretim tarzı içerisinde belirleyici ve hakim rolü üstlenmesi ister istemez girişimci gücün ve girişimci ruhun gelişmesine engel olmuştur.²⁶⁸

Girişimciliğin, önündeki bir diğer engel de Osmanlıların devlet anlayışından kaynaklanmaktadır. Osmanlının devlet anlayışı sermaye birikiminin oluşmasına büyük bir engel teşkil etmektedir. Dönemin en zengin hazinesine sahip Osmanlının, insanların girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik veya sanayinin gelişmesine ya da şehirlerin kalkınmasına dönük çabalar yapılmış fakat yaşama geçirilememiştir.

²⁶⁷Çetindamar ,a.g.e., s.52.

²⁶⁸Aydın Yalçın, 'Türkiye İktisat Tarihi', Ankara, Ayyıldız Matbaası, 1979, s.206.

Ahilik teşkilatı sayesinde Anadolu'da müslüman olmayanların elinde olan sanat ve ticaret hayatına Türklerde katılıp söz sahibi olmaya başlamasıyla birlikte Ahilik düzeni daha çok ahlaki ve insani değerler üzerinde yoğunlaşmaya başlamıştır. Üretimin arttırılması, yaygın ticaret konularında pek bir yoğunlaşma olmamış ve esnaf ve sanatkarlığa ilişkin düzenlemeleri içeren bir örgütlenme yapısı tesis edilmiştir. Sonuçta bugünkü ülke sanayinin oluşumuna bir temel olamamıştır.²⁶⁹

Yukarıda açıklanmaya çalışılan Türkiye'deki girişimciliği engelleyen faktörlerin en önemlilerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:²⁷⁰

- Ekonomideki tutarsız devletçi uygulamalar, devletin davranışlarının (politikalarının) tahmin edilememesi ve güvenilir olması,
- Eğitimdeki devletçi uygulamalar, tek tip insan yetiştirme modelleri, özgür, girişken, yaratıcı, iç çelişkileri içinde bocalamayan insan tipinin üretilmemesi,
- Hukuki ve yasal düzenlemelerin karmaşıklığı, caydırıcılığı, günün gelişen koşullarına cevap verememesi,
- Teşvik mekanizmalarının tek yönlü çalışması ve teşviklerden daha çok büyük işletmelerin yararlandırılması, teşvik prosedürlerinin karmaşıklığı, zorluğu, ilkelerin açık bir şekilde ortaya konmaması, siyasi iltimas uygulamalarıyla karşılaşılması,
- Kendi işletmesini kurmak isteyen kişilere bilgi, know-how desteği sağlayacak kurumların bulunmaması ve mevcutların yetersizliği,
- Bürokrat ve memurların bir kısmında görülen iş ahlakının ve terbiyesinin iflas etmiş olması, devletin bürokrasi çarkının yavaş işlemesi,
- Toplumsal yapıda uzunca bir süredir yaşanan tecrübeler nedeniyle girişimcilere, işadamlarına karşı kuşkulu ve güvenmez bir bakış açısının gelişmesi,
- Dünya ticaret sahnesinde etkin ve söz sahibi olma konusunda toplumda genel bir heyecan ve duyarlılığın, rekabetin, hırsın bulunmaması,
- Türkiye'de girişimciliğe yönelik hükümet politikaları, girişimcilik ile ilgili eğitim programları ve kuruluşlarının sayısının çok az olması.

²⁶⁹Zafer Toprak, 'Milli İktisat-Milli Burjuvazi', İstanbul, Tarih Vakfı Yayınları, Eylül, 1995, s.66.

²⁷⁰Hüner Şencan, 'Modern Kavramların Dilini Mavera Yönelimli Toplum Bilincine Uyarlama ve Benzetişim Sürecinde Girişimcilik', **İlim ve Sanat Dergisi**, Sayı:43, Mart 1997 ,s.19.

2.4.TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİ DESTEKLEYEN BAZI KURULUŞLAR

Girişimcilik; insan yeteneği, günümüz ekonomik şartları ve kaynak sorunu üzerinde yükselen bir olgudur. Türkiye’de şartlar değişmekte ve girişimciler bu şartlara ayak uydurmak da zorlamaktadırlar. Türkiye’de değişen şartlar altında girişimciliğin gelişmesine destek veren kuruluşlar vardır. Bu kuruluşlar aşağıda kısaca ele alınmaktadır.

- **Ticaret ve Sanayi Odaları** : Esnaf ve küçük sanatkarların sicilini tutmak, üyelerinin mesleki, ekonomik ve sosyal gereksinimlerinin gidermek, mesleki ilerlemelerinde yardımcı olmak, problemlerin çözümü için araştırmalar yapmak, yayınlamak, eğitim seminerleri düzenlemek şeklinde ifade edilebilecek işlevleri olan ticaret ve sanayi odaları üyelerini ilgilendiren hukuki düzenlemelerin yapılması sırasında hükümete görüş bildirerek danışmanlık hizmeti de vermektedir.²⁷¹

- **KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü** : KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü, Değişim Mühendisliği Projesi kapsamında tamamlanan yeni organizasyon modeliyle KOSGEB İcra Komitesi’nin kararıyla 20 Mayıs 1998 tarihinde kurulmuştur. KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü’nün öncelikli hedefi, ülkemizin şartları göz önünde bulundurularak girişimcileri geliştirmeye yönelik mekanizmaların uygulanmaya konulması ve böylece potansiyel girişimcilerin ve özel hedef gruplarının kendi işlerini kurmaları konusunda destek sağlanmasıdır. Bu destekler arasında eğitim, danışmanlık, iş geliştirme merkezleri ve başlangıç sermayesi destekleri temini sayılabilir. Bunun yanı sıra, Girişimcilik Enstitüsü’nün önemli görevlerinden bir tanesi de, ülkemizde girişimciliğin gelişmesini engelleyen faktörleri ortaya çıkararak gerekli önlemlerin alınması konusunda çalışmalar yapmak ve bu sorunların hükümet nezdinde gündeme getirilmesini sağlamak olacaktır.²⁷²

²⁷¹Uludağ, Serin, **a.g.e.**, s.35.

²⁷²<http://www.kosgeb.gov.tr> (27.11.2005)

- **Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA) :** 1985 yılında kurulan MEKSA Almanya, İsviçre ve Dünya Bankası ile meslek standartları ve sertifikasyon konusunda işbirliği yapmaktadır. MEKSA Vakfı, üyesi olan meslek örgütleriyle birlikte Türkiye'nin 16 ilinde kurulan 29 işletmeler üstü eğitim merkezinde 18 meslek dalında her yıl yaklaşık 4000 çırağa, 800 kalfaya ve 300 ustaya pratik meslek eğitimi vermektedir. Vakıf, mesleki eğitimin Türkiye'de daha etkin bir biçimde yönlendirilmesine ve yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmak, üretimin yurt ekonomisine katkıda bulunabilecek çağdaş düzeye getirilmesini sağlamak üzere faaliyetlerini sürdürmektedir. 1987 yılından beri KOBİ'lerin dış fuarlara katılmasını sağlayan ve bu alanda büyük birikime sahip MEKSA'nın, TESK, TOBB, KOSGEB ve İstanbul Esnaf Sanatkarlar Odaları Birliği ile ortaklaşa kurduğu FORUM Fuarçılık ve Geliştirme A.Ş.adlı şirketi, fuarcılık ve dış ticaret alanı yanında girişimcilik eğitimi ile de uğraşmaktadır.²⁷³

- **Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı :** Kurucu üyeleri arasında TÜBİTAK, KOSGEB, PTT, ASELSAN, TELETAS, SİMKO, NETAŞ, ESD, ARÇELİK, VESTEL gibi kuruluşların bulunduğu vakfın temel amaçları:²⁷⁴

- Türkiye ile diğer uluslararası teknoloji açığını kapatmak ve bazı global ticaret sektörlerinde Türkiye'nin üzerinde azami potansiyel etkisi olan öncelikli teknolojik araştırma alanlarını belirlemek ve bu alanlarda araştırmalar ve projeler yapmak ve yaptırmak,

- Türk Endüstrisinin araştırma ve geliştirme çalışmalarına yönelik yaptığı yatırımlarda gerçek bir artışı teşvik etmek ve bu konuda gerekli olacak tüm çalışmalarını yapmak.

Türk Endüstrisini uluslararası rekabette ideal bir yere getirmek için bilim adamlarının bu konu ile ilgili çalışmalarını teşvik etmek ve bu çalışmalarda elde edilecek verileri projeler halinde endüstrinin gereksinimlerine sunmaktır.

²⁷³<http://www.meksa.organizational.tr> (01.10.2005)

²⁷⁴<http://www.girisimciliknetwork.gen.tr/uyeler/mam.htm> (24.08.2005)

- **Türkiye Sosyal, Ekonomik ve Siyasal Araştırma Vakfı (TÜSES) :** TÜSES, çoğulcu demokrasinin bütün kurum ve kuralları ile işlediği, bireyin ve toplumun refahı, huzuru ve mutluluğunun sağlanmasına yönelik bir toplum düzeninin kurulup gönderilmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Vakıf, Türkiye'nin sosyal, ekonomik, siyasal, kültürel ve yönetsel konuları üzerinde gereken inceleme ve araştırmaları yaparak sonuçlarını kamuoyuna ve yetkili veya ilgili çevrelere duyurarak ülkenin sorunlarının hafifletilmesi ve çözümlenmesine katkıda bulunulmasını öngörmektedir. Vakıf Senesinde “Vakıf, amaçlarını gerçekleştirmek üzere kendisi doğrudan araştırma yapabileceği gibi, araştırmaları yerli ya da yabancı kişi ya da kuruluşlara yaptırabilir, yapılmakta olan ya da tasarı halinde araştırma projelerini destekleyebilir.” ibaresi yer almaktadır.²⁷⁵

- **Türkiye Esnaf-Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü(TES-AR) :** TESK ile merkezi Almanya'da bulunan Frierich-Nauman Vakfı arasında imzalanan bir işbirliği sözleşmesi çerçevesinde kurulan TES-AR' ın amacı, küçük işletmelerin rekabet gücünü arttırmak, küçük işletmeciliği daha etkin bir hale getirmek ve yaygınlaştırmak, bu kesimin sosyal ve ekonomik sorunlarına ilişkin araştırma çalışmalarında bulunmaktadır. Bu amaca yönelik olarak TES-AR tarafından saha araştırmaları ve proje çalışmaları yapılmakta, bilimsel raporlar hazırlanmakta, panel, seminer ve yuvarlak masa toplantıları düzenlenmektedir.²⁷⁶

- **Zonguldak İş Geliştirme Merkezi (ZİGEM) :** Yeni işletmeler oluşturmak ve geliştirmek amacıyla kurulan bu merkez, bünyesinde bulunan küçük işletmeleri bir çatı altında toplayarak; belirli süreler için ve uygun koşullarda işyeri imkanı, sekretarya desteği, ortak kullanıma yönelik ofis ekipmanı, finansal destek mekanizmalarına erişim ve bilgi temini vb. konularda hizmet vermektedir.²⁷⁷

- **Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş. :**1991 yılında kurulan Kredi Garanti Fonu ilk garantisini 1994 yılında vermeye başladı. KOSGEB 1995 yılında KGF A.Ş.'ye ortak oldu. Belirli şartları sağlayan KOBİ'lere, kredilerinin %80'i oranında ve

²⁷⁵<http://meksa.organizational.tr/tuses.htm> (19.12.2005)

²⁷⁶<http://meksa.organizational.tr/tes-ar.htm> (19.12.2005)

²⁷⁷<http://meksa.organizational.tr/zigem.htm> (19.12.2005)

400.000 DM karşılığı TL üzerinden kredi verilmektedir. KGF A.Ş. bugün, merkez ve şubeleri ile Türkiye'deki KOBİ'lere hizmet vermektedir.²⁷⁸

- **Forum Fuarlık ve Geliştirme A.Ş** : Şirketin faaliyet alanları arasında, yurt içinde ve yurt dışında fuar, sergi, kongre, konferans, seminer, defile düzenlemek, işletme ve kuruluşlara, özellikle KOBİ'lere fuar öncesi-sonrası danışmanlık hizmetleri vermek, mal ve pazar araştırmaları yapmak, fuarlara potansiyel pazarlara iş gezileri düzenlemek ve yurt içinde ve dışında stand konstrüksiyonu yapmak sayılabilir.²⁷⁹

- **Müteşebbisler Kulübü Derneği** : Derneğin hedefi Türkiye'nin ekonomik, sosyal ve kültürel hedeflerinin erişmesinde kullanılan araçlar içerisinde girişimciliğin olabildiğince en yüksek düzeyde yer alması ile demokratik sistemin çeşitli teminatları içinde girişimciliğin yerinin pekiştirilmesidir. Derneğin faaliyet alanları şu şekilde sıralanabilir.²⁸⁰

- Girişimciliği ve yaratıcılığı bir değer olarak topluma kabul ettirmek,
- Girişimciliğin bir sektör olmasını sağlamak ve girişimci, yaratıcı gerçek ve tüzel kişileri ve ortaya koydukları değerleri korumak,
- Girişimcileri,araştırmacıları ve bu konudaki ekonomik yatırımları, teşebbüsleri korumaya yönelik tedbirleri almak ve / veya mevcut mevzuat içerisindeki işlerliğini sağlamak, girişimciliği engelleyen güçlükleri ortadan kaldırmak ve / veya kaldırılması için faaliyette bulunmak,
- Girişimcileri desteklemek ve bu amaçla; girişimcileri kredi veren kuruluşlara ve finansörlere tanıtmak, iş ilişkilerini sağlamak, girişimcileri işletme konusunda yönlendirmek,
- Girişimcilerin güçlerinin bir araya getirerek yeni girişimler yaratmak, planlamak ve organize etmek,

²⁷⁸<http://meksa.organizational.tr/kgf.htm> (19.12.2005)

²⁷⁹<http://meksa.organizational.tr/forum.htm> (19.12.2005)

²⁸⁰[http://www.girisimciliknetwork.gen.tr/uyeler/mkd/html/\(10.10.2005\)](http://www.girisimciliknetwork.gen.tr/uyeler/mkd/html/(10.10.2005))

- Yurtdışında yaygın örnekleri izlenen, işletmelerin yönetimi v.b. gibi konularda sorunlarını tartışabilecekleri yönetim klinikleri kurmak ve bu amaçla üniversiteler, odalar, birlikler ile ortak çalışmalar yapmak,

- Girişimciler ile doğrudan ya da dolaylı olarak her türlü çalışmayı yapmak.

- **Vakıf Risk Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş :** Şirketin amacı yüksek teknolojiye dayalı bilginin ticari ürün haline dönüştürülmesi aşamalarında bir finansman modeli olarak hizmet vermek olup, sektör ayırımı yapılmadan risk sermayesi yatırımlarına uygun özelliklere sahip her türlü projeyi değerlendirmeye almaktır.²⁸¹

- **Tübitak - Marmara Araştırma Merkezi Teknoparkı Teknoloji Geliştirme Merkezi :** MAM Teknopark Koordinatörlüğüne bağlı Teknoloji Geliştirme Merkezinde, yüksek teknolojiye dayalı küçük ve orta ölçekli sanayi kuruluşlarının doğması ve gelişmesine destek olarak, yeni Ar-Ge teşebbüsleri ile teknolojik yenilik (innovasyon) oranını yükseltmek ve Ar-Ge çalışmalarının ticari yatırım haline dönüşmesini temin etmek hedeflenmektedir.²⁸²

- **Bilişim Teknolojileri Araştırma Enstitüsü :** Kısa adı BTAE olan enstitü, Marmara Araştırma Merkezine bağlı, bilişim teknolojileri alanında uygulamalı araştırmalar yapan bir kuruluştur. Görevi; bilişim teknolojileri alanında, müşteri odaklı ve pazarın yönlendirdiği, uygulamalı araştırma projeleri yürütmek ile önderliği yakalamaya ve sürdürmeye yönelik stratejik teknoloji geliştirme ve teknoloji transferi projeleri yapmaktır.²⁸³

- **Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı (TİDEB) :** Ülkemiz bilim ve teknoloji politikaları doğrultusunda; üniversite, üretken faaliyetlerde bulunan kuruluşlar, kamu kuruluşları, araştırma kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve diğer tüm paydaşların katılımını sağlayarak, gereksinimlerini ve memnuniyetlerini dikkate alarak, ülkemizde araştırma, teknoloji geliştirme ve innovasyon yeteneğini geliştirecek araçları-öğrenerek sürekli geliştirmeyi ve açıklığı esas alan bir yönetim ve çalışma anlayışıyla geliştirmek

²⁸¹<http://www.vakifrisk.com.tr/hakkında.html> (09.08.2005)

²⁸²<http://www.girisimciliknetwork.gen.tr/uyeler/mam.html> (09.08.2005)

²⁸³<http://btae.mam.gov.tr/btaesog.html> (17.08.2005)

ve uygulanması yönünde yüksek nitelikli bir kamu hizmeti vermek şeklinde fonksiyonları vardır.²⁸⁴

- Milli Prodüktivite Merkezi (MPM) : MPM, yurt ekonomisinin verimlilik esaslarına uygun olarak gelişmesine yardımcı olacak tedbirleri araştırmak, bu tedbirlerin uygulamaya konulmasını sağlayacak çalışmalarda bulunmak, kamu ve özel sektör iş yerlerindeki verimliliği arttıracak yöntemleri saptamak ve bunların uygulama imkanlarının araştırmak ve milli prodüktiviteyi ölçmekle görevlendirilmiştir. Merkez işletmelere danışmanlık, eğitim ve teknik bilgi hizmetleri vermektedir. MPM, üretim, insan kaynakları ve hizmet içi eğitim alanlarında eğitim çalışmaları yapmak; teknik bilgi vermek; soruları yanıtlamak; teknik gelişmeleri yayınlamak, işletmecilikteki son gelişmeleri iletmek gibi hizmetleri yerine getirmektedir.²⁸⁵

- Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı (KÜSGET) : 1983 yılında, istihdam yaratmak, verimliliği arttırmak, sermaye ve mesleki becerileri hareketlendirmek, eğitim programları düzenlemek, girişimciliği geliştirmek, geri kalmış bölgeleri kalkındırmak, gelir yaratmaya katkıda bulunmak ve küçük sanayi işletmelerini büyük sanayiye yan sanayi olabilecek birimler haline dönüştürmek amacıyla kurulmuş olup, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde bir genel müdürlük olarak faaliyet göstermektedir.²⁸⁶

-Gap Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GAP-GİDEM) : GAP İdaresi ve Türkiye Kalkınma Bankası'nın ortak bir girişimi olup, GAP'a dahil 9 ildeki KOBİ'lere kuruluş ve yatırım aşamasında; danışmanlık ve yatırım bankacılığı hizmetlerinin sunulması amacını taşımaktadır.²⁸⁷

Yukarıda ele alınan kurumların dışında; Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi ve El Sanatları Genel Müdürlüğü, Teşebbüs Destekleme Ajansı, Esnaf Kefalet Kooperatifleri, Küçük Sanayi Kooperatifleri, Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü, Üniversiteler, İhracatı Geliştirme Merkezi, TÜBİTAK, Esnaf ve Küçük

²⁸⁴[http://www.tubitak.gov.tr/tideb/misyon.html/\(10.12.2005\)](http://www.tubitak.gov.tr/tideb/misyon.html/(10.12.2005))

²⁸⁵Çelik, Akgemici, a.g.e., s.103

²⁸⁶A.g.e., s.101.

²⁸⁷A.g.e., s.104

Sanatkarlar Derneği, Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Birliği, Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Federasyonu, Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Konfederasyonu, Meslek Kuruluşları ve Bazı Vakıflar Türkiye’de girişimciliğin gelişmesine katkı sağlayan kurumlardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

3.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK GENEL BİLGİLER

Kadınların çalışma yaşamına girmesiyle birlikte; son yıllarda sahip olduğu işlerde gözle görülür bir artış kaydedilmektedir. 1980’den beri giderek her yıl daha da hızlanan bu artış ekonomik ve sosyal göstergelerin çok güzel bir örneğidir. Yeni teknolojilerin uygulanması, iletişim sistemlerinde kaydedilen gelişmeler ve en önemlisi çalışan ve kendi işini kuran kadın imajının daha çok kabul görmesi kadınların yeni alanlara kaymaları için bir fırsat oluşturmuştur.

3.1.1. Kadın Girişimci Kavramı

Son yıllarda özellikle dünyada 1970’lerden bu yana büyük bir atılım içinde olan kadınlar, çalışma yaşamında ağırlıklarını gittikçe artarak hissettirmektedirler. Kadınlar sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma ve 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 etmişlerdir. Kadınların iş yaşamında deneyim kazanma, yüksek konumlara gelebileceklerini kanıtlama çabaları 1980’li dönemlere rastlamakta olup, 1990’lı yıllar ise, kadınlara daha yüksek konumları ve erkek egemenliğindeki sektörlerde başarıyı vaad etmektedir.²⁸⁸

Kadın girişimci kavramı oldukça genel bir kavram olup, bu kavram altında farklı iş kollarında, farklı örgütlerde ve farklı statülerde çalışan kadınları toplamak mümkündür. Kadın girişimci kavramı “Bağımsız İşyeri Sahibi Kadın” ya da “İş Kadını” olarak da adlandırılmaktadır.²⁸⁹

Piyasa ekonomisi içinde, kendi işinin sahibi olan, tek başına çalışan ya da yanında işçi çalıştıran, mal ve hizmet üretilip satan, kredi kaynaklarını araştıran, işle ilgili

²⁸⁸ Aypar Altınel, ‘Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli’, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşerliği Kadının Statüsü ve Sorunları Müd., Ankara, 1993, s.35.

²⁸⁹ A.g.e., s. 19.

acil problemlerin üstesinden gelebilen, yeni koşullara adapte olabilen ve alanında deneyim sahibi olmaya çalışan kadın; “kadın girişimci” olarak tanımlanmaktadır.²⁹⁰

Kadın girişimci kategorisi içine kimlerin dahil edileceği ve kimlerin hariç tutulacağı üzerine henüz tam bir görüş birliğine varılabilmiş değildir. Örneğin kendi hesabına çalışıp, ekonomik faaliyetlerini evde sürdüren kadının kadın girişimci kategorisine dahil edilip edilmemesi ya da, kendi adına kayıtlı bir işyeri sahibi olan, ancak bu işyerinin faaliyetlerine hiçbir şekilde katılmayan kadınların kadın girişimci sayılıp sayılmaması kadın girişimci kategorisinin netleşmesinde büyük bir engel teşkil etmektedir. Kendi hesabına işyeri sahibi görünen çok sayıda kadının bu işyerlerini kendileri işletmediği ailelerinin erkek üyeleri için adeta bir paravan oldukları günümüzde bilinen bir gerçektir.

Yukarıdaki açıklamalar dahilinde; “kadın girişimci” tanımını şu sınırlamalar içerisinde yapmak mümkündür:²⁹¹

- Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir veya birkaç işyeri olan,
- Bu iş yerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya hizmetin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran,
- İşle ilgili olarak iletişime geçmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlaması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancı yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan girişimci kadındır.

²⁹⁰Nilgün Çelebi, ‘Bağımsız İş Yeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri’, T.C.Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Ankara, 1993, s.18.

²⁹¹Necla Arat, ‘Türkiye’de Kadın Girişimcilik’, Ankara, TES-AR Yay, 1993, s.29.

Girişimci kadın tanımına bu tür sınırlamalar konulduğunda, Türkiye’de “kadın girişimci” olarak nitelendirebilecek kişilerin sayıları istatistiklerin gösterdiğinden çok daha az olacaktır.

Kadın girişimci olmak, kadına çalışma yaşamında diğer çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık imkanı verdiği gibi, yine kadının işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi alanlarda da beceri kazanmasını sağlamaktadır.²⁹²

Kadın girişimci, ülke ekonomisine katkıda bulunmakta, devletten iş istememekte; istihdam sorununa çözüm üretmekte, vergi ödemekte, ailenin refah düzeyini arttırmakta, çocukların eğitim düzeylerini yükseltmekte, nüfus planlamasına bilinçli olarak katılmakta; diğer yandan girişimci olmak isteyen kadınlara da bir örnek oluşturmaktadır.²⁹³

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 birçok sorunu çözerek ve bu rollerin ötesine geçerek, toplum içinde lider, yönetici, girişimci gibi daha üst rolleri üstlenmişlerdir.

Risk üstlenebilme, cesaret, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik, kendine güven, esneklik, yaratıcılık ve mesleki yeterlilik kadın girişimcilerin başlıca özellikleridir. Girişimcilik açısından amaç sahibi olma, öncelikleri saptama, geçmiş olaylardan ders alma, zamanı değerlendirme, işe bağlılık ve iyimserliği kaybetmemenin başarıyı etkileyen temel faktörler olduğu söylenebilir.²⁹⁴

²⁹² Arıkan, a.g.e., s. 124.

²⁹³ Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Araştırma Geliştirme Bölümü, ‘**Kadın Girişimciler Konulu Araştırma Sonuçları**’, Ankara, 1993, s.20.

²⁹⁴ Tekin, a.g.e., s.32.

Yeni bir girişimin planlanmasının ve gerçekleştirilmesinin riske girmeyi ve yoğun çaba göstermeyi gerektirmesine karşın; girişimci kadınların sayısı hızla artmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve İngiltere kadın girişimcilerin yoğun olarak buldukları ülkelerin başında yer almaktadır.²⁹⁵ D.İ.E.'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.²⁹⁶ Aşağıda tablo 3.1 de kadının istihdama katılma statüleri % olarak görülmektedir.²⁹⁷

Tablo 3.1. Kadının İstihdama Katılma Statüleri

KADININ İSTİHDAMA KATILIM STATÜLERİ(%)				
Sayım Yılı	Çalışan	İşveren	Kendi Hesabına Çalışan	Ücretsiz Aile İşçisi
1970	10.2	0.2	6.6	82.9
1980	13.8	0.1	4.7	81.2
1990	17.7	0.2	7.3	74.7
2000	24.3	0.9	5.9	68.9

Kaynak : KAGİDER, İstanbul, (23.10.2005).

Kadınların kendi işlerini kurmak istemeleri çeşitli nedenlerden kaynaklanmaktadır. Girişimcilik, ekonomik ve toplumsal bağımlılıktan kurtulmak isteyen kadınlar için alternatif bir yoldur. Ekonomik gereksinimler kadın girişimcilerin kararlarında etkili olurken, kendi işyerine sahip olma güdüsü ve çeşitli nedenlerden dolayı ücret ve maaş karşılığı çalışmak istememe gibi durumlar kadın girişimcileri harekete geçiren önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ekonomikliğin; sosyal ve

²⁹⁵TUSİAD, a.g.e., s.37.

²⁹⁶Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Araştırma Geliştirme Bölümü', a.g.e., s.27.

²⁹⁷Kagider, 'Bazı İstatistikler', www.kagider.com.tr, (23.10.2005)

psikolojik risk almayı ve çok uzun saatler çalışmayı gerektirmesine karşın bağımsız olma arzusu bireyleri kendi işlerini kurmaya yöneltmektedir.²⁹⁸

Kadın girişimciler çoğunlukla perakende satış ve hizmet sektörlerinde yer almaktadırlar. Bilgi, deneyim ve beceri açısından bu sektörlere yatkın olmaları ve yarım gün çalışma olanağı bulmaları kararlarında etkili olmaktadır.²⁹⁹ Ancak temel neden, iş kurmak için ekonomik kaynakların sınırlı olması ve bu sektörlerin çok yüksek bir başlangıç sermayesi gerektirmesidir. Bununla birlikte, son yıllarda geleneksel olarak erkeklerin hakim olduğu imalat, inşaat, ulaşım, taşımacılık, ekonomik danışmanlık gibi alanlarda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin sayısında hızlı bir artış gözlenmektedir. Aşağıda tablo 3.2. de kadınların sektöre göre istihdama katılma oranları verilmiştir.³⁰⁰

Tablo 3.2. Kadınların Sektöre Göre İstihdama Katılma Oranları

		TÜRKİYE	Kırsal	Kentsel
Tarım	Kadın	58.5	9.5	89.1
	Erkek	24.4	2.9	55.5
Ticaret	Kadın	12.9	27.2	4.0
	Erkek	20.2	27.7	9.3
Hizmet	Kadın	28.6	63.3	6.9
	Erkek	54.4	69.4	35.2

Kaynak : KAGİDER, İstanbul, (23.10.2005).

3.1.2. Kadının Çalışma Yaşamının Tarihsel Gelişimi

²⁹⁸Yağcı, a.g.e., s.29.

²⁹⁹A.g.e., s.34.

³⁰⁰Kagider, 'Bazı İstatistikler', www.kagider.com.tr , (23.10.2005)

Tarih boyunca kadının çalışma yaşamı içerisinde önemli bir yeri olmuştur. Eski medeniyetlerde bile kasaba ve şehirlerdeki kadınlar çamaşırcı, terzi, hizmetçi, dükkan sahibi ve ebe olarak çalışmışlar, köylerde buğday ve hayvanların yetiştirilmesinden yünlerin iğretilmesi ve gıdaların konserve halinde saklanmasına dek çiftçiliğin hemen her aşamasında yer almışlardır.³⁰¹

Ticaretin gelişmeye başlaması ve merkezi devlet anlayışının oluşması kadınların toplumsal alanda eski rollerinin ve güçlerinin büyük bir kısmını yitirmelerine neden olmuştur. Bu dönemlerde, özellikle el ve ev işlerinde uzmanlaşan kadınlar, sanayi öncesi küçük üretim tipi atölyelerde çalışmaya başlamışlardır.³⁰² XIX. yüzyılda, kapitalizmin etkisiyle ortaya çıkan sömürgecilikle beraber insanlara sosyal ve politik açıdan eşit davranılmamaya başlanmıştır. Büyük toprak sahipleri zenginleşirken, toprağa emeğini verenler yoksullaşmaya başlamıştır.³⁰³ Fabrikalarda çalışmaya başlayan kadınlar erkeklerle aynı endüstrilerde olmamışlardır. Kadınlar genelde tekstil üretimi gibi düşük ücretle işçi istihdam edilen hafif endüstrilerde çalışırken; erkekler, demir ve çelik üretimi gibi, ücret düzeyi yüksek ağır endüstrilerde görev almışlardır. Ancak durum her zaman böyle olmamış, kadınlar bazen ağır sanayide de işçi olarak çalışmışlar ya da ayakta kalma çabasında olan esnaf, zanaatkar ve benzeri küçük üreticiler ile mülk sahibi olmayan işçilerin eşleri de fabrikalarda ve atölyelerde “aile yardımcısı” olarak çalışmaya başlamışlardır.³⁰⁴

Kadının çalışma yaşamında asıl rolü, I. ve II. Dünya Savaşlarıyla oluşmuştur. I. Dünya Savaşı'nın başlaması ile, çok sayıda kadın hatta çocuklu ve evli kadınlar savaşmak üzere ayrılan erkeklerden boşalan yerleri doldurmak üzere işgücüne katılmaya başlamış, ancak savaşın sona ermesiyle çoğunluğu evlerine dönmüşlerdir.

³⁰¹Meryem Koray, ‘Çalışma Yaşamında Kadın Gerçekleri’, İzmir, Basisen Eğitim Kültür Yayınları, No.23, s.24.

³⁰²Serpil Aytac vd., ‘Çağdaş Sanayi Merkezlerinde Kadın İşgücünün Konumu: Bursa Örneği, TİSK Yayını, No:219, Ankara, 2002, s.15.

³⁰³A.g.e., s.17.

³⁰⁴Koray, a.g.e., s.25.

II. Dünya Savaşı sırasında Fransa, İngiltere ve ABD gibi ülkelerde çok sayıda kadın, silah altına alınan erkelerin yerine silah fabrikalarında işe alınmışlardır. Bunun yanı sıra, ekonomik düzeni sağlamak amacıyla erkeklerin görev aldığı işleri de üstlenen kadınlar çalışma yaşamına resmen girmişlerdir. Yıl bazında toplam çalışanlara göre kadın oranlarına bakıldığında kadınların AB'ye üye ülkelerinde içinde yer aldığı 25 ülkede istihdama katılma oranları %54.9'a ulaşmakta olup; AB'ye yeni üyelerin kabulünden önceki 15 ülkeye ilişkin oransa, %56 olarak hesaplanıyor. Türkiye'deki oran ise %27 olarak gerçekleşmektedir. Yüzde olarak toplam çalışanlara göre kadın oranları tablo 3.3. de gösterilmiştir.³⁰⁵

Tablo 3.3. Toplam Çalışana Göre Kadın Oranları

Sayım Yılı	% Toplama oranı	% Toplam çalışanlara oranı	% Toplam işverenlere Oranı	%Toplam kendi hesabına çalışanlara oranı	% Toplam ücretsiz aile işçisi olanlara oranı
1970	38.4	14.3	11.2	9.5	70.8
1980	36.8	15.3	4	7.5	70.4
1990	35.9	16.5	6.2	11.7	70.8
2000	36.2	20.2	12.5	10.7	73.9

Kaynak : KAGİDER, İstanbul, (23.10.2005).

Endüstriyel gelişmeler üretimde farklılaşmaya yol açarken, uzmanlaşmış işgücüne olan gereksinimi de arttırmıştır. Artık her nitelikten çalışana gereksinim duyulmaya başlanmıştır. Böylece çalışma yaşamının gereksinimleri, kadınlara ekonomik bağımsızlıklarını elde etme fırsatı sağlamıştır. Ekonomik bağımsızlıklarını elde eden kadınların üretime katılımı hem ülke ekonomisi açısından hem de kadının konumu açısından büyük önem taşımaya başlamıştır.

³⁰⁵Kagider, 'Bazı İstatistikler', www.kagider.com.tr., (23.10.2005)

Kadınlar, çalışma yaşamında yaklaşık yarım yüzyıl öncesine oranla belirgin bir değişim sergilemişlerdir. Elli yıl önce kadınların yalnız küçük bir yüzdesi kendi işlerinin sahibi ve işletmecisi durumundaydı. Çalışan kadının yaptığı iş genellikle, eşi veya erkeklerin nisbetle ikincil nitelikte ve genelde düşük ücretle istihdam edilen insanların çalıştığı yarı zamanlı işlerdendir. Kadının çalışma yaşamına girmesiyle birlikte ülkelerin GSMH'sı büyümekte ve bunun sonucu olarak da refah düzeyleri artmaktadır.³⁰⁶ Son yirmi beş yıl içerisinde; önemli nitelikte sosyal, politik ve ekonomik değişim kadınlar için birtakım fırsatlar yaratarak iş dünyasında daha fazla kabul görmelerine olanak sağlamıştır. Eğitim düzeyi yükseldikçe kadınların istihdama katılma oranları da artmaktadır. Ülkeler bazında kadınların eğitim seviyesine göre istihdama katılım oranları aşağıda tablo 3.4 de gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Kadınların Ülkeler Bazında Eğitim Seviyesine Göre İstihdama Katılım Oranları

ÜLKE	YIL	Lise Öncesi	Lise	Yüksek Öğrenim
İTALYA	1999	32.6	66.1	81.3
YUNANİSTAN	1999	41.1	56.9	83.2
İSPANYA	1999	39.5	68.4	82.7
PORTEKİZ	1999	69.0	82.4	90.9
POLONYA	1999	47.8	71.3	87.1
MACARİSTAN	1999	34.5	68.4	78.5
TÜRKİYE	2004	25.5	31	71.5

Kaynak : KAGİDER, İstanbul, (23.10.2005)

³⁰⁶Kagider, 'Bazı İstatistikler', www.kagider.com.tr., (23.10.2005)

Bugün gittikçe daha fazla sayıda kadın; işletmecilik, hukuk, mühendislik ve bilgisayar bilimleri konusunda gerekli beceri ve kişisel güveni kazanmışlardır. Pek çok ulusal ve uluslararası işletmelerin başında kadınlar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları Shell, Merck, Danone, Levis, Benetton, HSBC, Sabancı Holding, Yaşar Holding, Volkswagen vb. gibi işletmelerdir. Bunun yanı sıra uzmanlık gerektiren mesleklerde kadın oranları oldukça yüksektir. Üniversite Öğretim Üyelerinin %36'sı, Profesörlerin %26'sı, Mimarların %31'i, Doktor ve Operatörlerin %44'ü, Avukatların %27'si, Ekonomistlerin %32'si, Kamuda çalışan orta ve üst düzey yöneticilerin % 29'u kadındır.³⁰⁷

Endüstriyel gelişme ile beraber ekonomik faaliyete katılan kadın sayısı da hızla artmaya başlamıştır. Dünya Çalışma Örgütüne (ILO) göre, 1975 yılında dünyada ekonomik faaliyet içinde bulunan kadın sayısı 575 milyon iken, 2000 yılında bu sayının 900 milyon dolayında olduğu tahmin edilmiştir. Kadının işgücüne katılımı yıllar itibariyle erkeklere oranla daha hızlı artmıştır. 1980-1992 döneminde OECD ülkelerinde kadın işgücü sayısındaki artış oranı erkeklere kıyasla iki kat yüksek olmuştur.³⁰⁸

Çalışan kadınları destekleyen yasalar ve uygulamalar, demografik gelişmeler, eğitim olanaklarının artması, standart dışı çalışma şekilleri, aile boyutunun küçülmesi, evlenme oranında azalma, boşanma oranında artış, toplumun kadının çalışmasına yönelik tutumunda sağlanan gelişmeler, tek bireyli aileler, çocuk bakımı ve diğer hizmetlerdeki iyileşmeler dünyada kadın işgücü sayısının artışında rol oynayan önemli gelişmeler olmuştur. Bununla birlikte; kadınların işgücüne katılma oranı, sanayileşme düzeni ne olursa olsun, tüm dünyada erkeklere oranla daha düşüktür. Türkiye İş Sendikası araştırmasına göre, dünya genelinde 1995 yılı itibariyle işgücüne katılma oranı erkeklerde %82, kadınlarda ise %53'tür. İşsizlik oranının da hemen hemen her ülkede erkeklere oranla daha yüksek olduğu gözlenmiştir.³⁰⁹

³⁰⁷Kagider, a.g.e.

³⁰⁸T. C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 'Türkiye'de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi', Ankara, 1995, s.58.

³⁰⁹İ.İ.B.K., 'Değişen Bir Toplumda Kadınların İstihdam İmkanlarının Geliştirilmesi', Ankara, 1990, s.47.

Günümüzde, kadınların evli ve çalışan bir kadın olmaları veya kariyer sahibi ancak evli olmamaları veya geleneksel olarak erkeklerin hakimiyet alanına giren tıp, inşaat veya sivil havacılık gibi alanlarda çalışmaları daha olağan hale gelmiştir. Genel olarak, kadınlar eskiye oranla iş yaşamına atılma konusunda daha bağımsız ve özgüven sahibi olmuşlardır.

3.1.3. Türkiye’de Çalışan Kadının Durumu

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar I. Dünya Savaşı ile çalışma yaşamına girmişlerdir. Devlet dairelerinde erkek çalışanların yerine kadınların alınması savaşın sona ermesi ile bitmiştir. Kadınların “yedek işgücü” olarak erkek çalışanların boşluğunu doldurduğu Türkiye’de doğrulanmaktadır.³¹⁰

Cumhuriyet dönemine kadar kadınlar, toplumsal önyargılar ve eğitim ve öğretim olasılıklarının oldukça kısıtlı olması nedeniyle çalışma yaşamında çok fazla görülmemişlerdir. Özellikle geleneklere bağlı aile yaşantısının sarsılacağına ilişkin inanç ve değerler kadınların meslek sahibi olmalarını engellemiştir. Böylece aktif olarak ekonomiye katılımları neredeyse engellenmiştir.³¹¹ Cumhuriyetle beraber, 3 Mart 1924 tarihinde, Türk kadını yasal olarak kamu yönetiminde görev alma hakkını elde ederek, ekonomiye katkıda bulunmaya başlamışlardır.³¹²

Günümüzde ekonomik şartlar ailelerin yaşamlarını sürdürmesinde engel teşkil etmektedir. Çoğu zaman erkeğin geliri yetersiz kalmakta, bazen de erkek işini kaybetmektedir. Kadın işgücünün daha ucuz olması ve aileye ilave gelir gereksinimi kadını çalışma yaşamına sürüklemiştir. Aile geçimine tek gelir kaynağının yeterli olmayışı, kadını dışarıda ek gelir sağlayacak bir uğraş edinmeye itmektedir. Genel olarak kadınlar, aile gelirine katkı yapmak için çalışmaktadırlar.

³¹⁰Emel Doğramacı, ‘Türkiye’de Kadının Dünü ve Bugünü’, Ankara, Türkiye İş Bankası Yayınları, Yayın No:300; 1997, s.4.

³¹¹A.g.e., s.4.

³¹²Ufuk Hatun, ‘Kadın Girişimcilerin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili (Ankara Örneği)’, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Bölümü, 1997, s.9.

Sosyal bir faktör olarak eğitim düzeyinin yükselmesi de, kadının çalışma yaşamında girmesini kolaylaştırıcı bir etmendir. Eğitim aynı zamanda, kadının iş yaşamındaki başarısı ve sebatı üzerinde de önemli rol oynamaktadır. Kadının yerinin ev olduğuna ilişkin geleneksel değer yargısı ve geleneksel işbölümü, kentlerde değişime uğradığı ve teknolojik değişmeler sonucu kullanılan araçlar ev işlerini kolaylaştırdığı için, kadının çalışma yaşamına girmesi ve aile yaşamı ile iş yaşamını uyumlu yürütmesi, eskiye oranla büyük ölçüde kolaylaşmıştır.

Türkiye geleneksel altyapının çok yavaş değiştiği bir ülke olduğu için toplumsal, ekonomik ve siyasi alanlarda kadınlar pek çok sıkıntı ile karşılaşmışlardır. Dünyanın her tarafında olduğu gibi, ancak “eğitim” düzeylerini yükselten kadınlar her alanda kendilerini gösterebilme fırsatını yakalamışlardır. Türkiye’de de kadının yaşam düzeyini ve statüsünü yükseltip, ikincil konumdan kurtaran ve bireysel özgürlüğünü elde etmesine yardımcı olan en önemli araç eğitim olmuştur.³¹³

Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana kadınların eğitime katılımları erkeklere oranla daha düşük olmuştur. Ancak son yıllarda aradaki fark gittikçe azalmaktadır. Sayım yılları itibari ile, kadınların ve erkeklerin okuma-yazma oranları tablo 3.5 de belirtilmiştir. Tablo 3.6 da ise, kadın ve erkeklerin öğrenim durumunun yıllara göre dağılımı incelenmiştir.³¹⁴

³¹³T.C.Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, **a.g.e.**, s.83.

³¹⁴D.İ.E, **Bazı İstatistikler**, www.die.gov.tr., (18.10.2005)

Tablo 3.5. Sayım Yıllarına Göre Okuma-Yazma Oranları (%)

Yıllar	Erkek	Kadın	Toplam
1935	29.4	9.80	19.3
1940	36.2	12.9	24.6
1945	43.7	16.8	30.2
1950	45.3	19.4	32.4
1955	55.8	25.5	40.9
1960	53.6	24.8	39.5
1965	64.0	32.8	48.7
1970	70.3	41.8	56.2
1975	76.0	50.5	63.6
1980	79.9	54.7	67.5
1985	86.4	68.0	77.3
1990	88.8	72.0	80.5
1999	90.0	72.0	82.5

Kaynak : Devlet İstatistik Enstitüsü, **Bazı İstatistikler**, 2000.

Türkiye’de okur-yazarlık payı içerisinde son yıllarda kadınların payında bir artış gözlenmiştir. Her iki tablodan da görüldüğü gibi kadınların eğitimdeki temsil oranları yıllar itibariyle artma göstermiştir. 1980-1990 yılları arasında, kadının okur-yazar oranı ortalama %24 ‘lük bir artış göstermiştir. 1990-1991 yılları arasında yüksek öğretim yapmış kadınların oranı %8.87 iken bu oran 1996-1997 yıllarında %15.46’ya çıkmıştır. Ancak bu artış, ilköğretim düzeyindeki sayıdan fazla değildir. Yetersiz eğitim düzeyi ve bilgi-beceri noksanlığı, kadın işgücünün başta gelen özelliklerindedir. 1999 yılı itibariyle, yetişkin kadın nüfusu içinde okuma yazma bilmeyenlerin oranı %28 olup, istihdam edilen kadınların da %22.7’si okur-yazar değildir. Kadın istihdamının %3.6’sının sadece okur-yazar olduğu; %51.4’ünün ilkokul, %4.4’ünün ortaokul, %10.4’ünün lise ve %75’inin yüksekokul mezunu olduğu tespit edilmektedir.³¹⁵

³¹⁵Tisk, a.g.e., s.8.

Tablo 3.6 Öğrenim Durumunun Yıllara Göre Dağılım (%)

	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniver.	
Yıllar	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
1999	78.1	94.6	35.27	42.81	20.1	20.28	32.6	34.2
2000	78.3	94.5	34.56	41.33	20.53	21.17	34.56	35
2001	78.2	94.5	38.77	47.29	22.27	27.89	37.31	37.5
2002	79.9	95.3	39.01	48.07	32.54	33.58	35.85	39.78
2003	81.1	95.7	42.41	50.24	33.68	35.68	42.56	43.84

Kaynak : Devlet İstatistik Enstitüsü, **Bazı İstatistikler**, 2004.

Tablo 3.6'ya bakıldığında kadın ve erkeklerin eğitim durumlarında artış gözlenmektedir. Eğitim durumlarına göre erkeklerin kadınlardan yüzde olarak farkı görülmekte olup; bu oranda ilkokul, ortaokul ve lise de yıl bazında oldukça fazladır. Bu farkın sadece üniversite de azaldığı görülmektedir. Örneğin 2003 yılında ortaokul mezunu erkeklerin sayısı 50.24, kadınların sayısı 42.41'dir. Aradaki fark 7.83 olup; oysa 2003 yılındaki erkek üniversite mezunu 43.84, kadın üniversite mezunu ise 42.56'dır. Aradaki fark 1.28'dir. Bu da göstermektedir ki son yıllarda kadınların eğitim durumlarındaki artış miktarı erkeklerle arasındaki farkın azalmasına neden olmaktadır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kadınların eğitim düzeylerinin genel olarak düşük olmasının en temel nedeni kadınların toplumsal konumları olmuştur. Toplumların geleneklerine ve sosyo-kültürel yaşantılarına bağlı olarak her iki cins için önceden tanımlanan toplumsal roller bulunmaktadır. Bu rollere bağlı olarak erkek çocuklar evden dışarıya, yani dış dünyaya çabuk itilmektedir. Oysa kız çocuklar mümkün olduğunca evde tutulmaya çalışılmaktadır. Böylece kadına aktif olmak zorunda bırakıldığı aile, çocuk gibi alanlar tanımlanmaktadır. Erkekten ise eğitim yapması, iş sahibi olması ve başarı kazanması beklenmektedir.³¹⁶

Türkiye'de kadınların yükseköğretimde paylarının az olma nedeni ise ailelerin mali güçlerinin yetersiz kalmasıdır. Türkiye'de ilköğretimin zorunlu olması nedeniyle

³¹⁶Ecevit Yıldız, Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeginin Konumu ve Değişen Biçimleri, 'Kadın Bakış Açısından 1980'ler Türkiye'sinde Kadın', Ankara, İletişim Yayınları, 1990, s.68.

cinsiyet gözardı etmeyen aileler, yükseköğrenim düzeyine gelindiğinde mali durumları yeterli olmadığından tercihlerini çoğunlukla erkek çocuklardan yana yapmaktadırlar.³¹⁷

Eğitim süresi boyunca erkek egemen toplum ideolojisi; önyargılarla, geleneklerle, kültürel değerlerle her alanda oluşturulurken, kadınlar toplumsal iş bölümünde daha sınırlı ekonomik olanaklar ve daha az prestijli sosyal imkan sağlayan mesleklere yönlendirilmektedirler. Kız ve erkek çocukların farklı sosyalleşme sürecine tabi tutulmaları, toplumlarda rollerine uygun mesleklerde çalışma beklentileri oluşturmaktadır. Böylece çalışma yaşamında kadına ve erkeğe yakıştırılan meslekler ortaya çıkmaktadır. Böylece kadınların yoğun olarak annelik ve kadınlık rollerinin türevleri olan meslekleri seçmesi beklenmektedir. Kadınlar anne ve eş rollerini ihmal etmeden kendilerinden beklenildiği gibi “hizmete” yönelik çalışmaktadırlar. Kadınlardan; hemşirelik, öğretmenlik, sekreterlik gibi toplumun kadın cinsiyetine uygun bulunan mesleklerde çalışması uygun görülmektedir.³¹⁸

Türkiye’de kadınların işgücüne katkısı, OECD ülkeleri arasında kadınlar için işgücüne katılmada en düşük oran olarak, ülke genelinde %30, şehirlerde ise %15 düzeyindedir.³¹⁹ Oysa kadının hem kendisi, hem ailesi ve hem de toplumsal kalkınma açısından işgücüne katkısı göz ardı edilememesi gereken önemli bir konudur. Türkiye’de kadınların işgücüne katılımlarındaki düşmeye yol açan en önemli nedenler; ekonomik yapıdaki değişimler, bunlara eşlik eden sosyal dönüşümler ve özellikle köylerden kentlere olan göçtür. Kente göç, kadınları ücretsiz aile işçisi olmaktan çıkarıp ev kadınlığı statüsüne iten bir durumdur ve kadınlar bu statüde oldukları sürece kentsel işgücü istatistiklerinde görülmemektedir.³²⁰

³¹⁷Nermin Abadan Unat, ‘**Türk Toplumunda Kadın**’, İstanbul, Ekin Yayınları, 2.Baskı, 1982, s.7.

³¹⁸İstanbul Mülkiyeliler Derneği, ‘**Örgütsel Çalışma ve Kadınlar**’, İstanbul, 1999, s.21.

³¹⁹Devlet Bakanı Nimet Çubukçu ‘**Hane İçinde Üreten Kadınlar da Girişimcidir.**’, Röportaj, Sivil Toplum Dergisi, Yıl.3, Sayı:10,12 Temmuz 2005.

³²⁰TÜSİAD, **Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş: Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset**, TÜSİAD Yayın No: T/2000/290, İstanbul, 2000, s.130.

3.1.4. Kadın Girişimciliğın Gelişimi

Son yirmi yıldan bu yana kadınlar bilgi çağının yarattığı yeni mesleklerin üçte ikisini ele geçirmişlerdir. 2000’li yıllara doğru ilerlerken gelişmiş ülkelerde kadınlar geleneksel rollerinden kaynaklanan birçok sorunu çözmüş ve toplum içinde lider, yönetici, girişimci gibi daha üst düzey rollerin arayışı içerisine girmişlerdir.

İlk kadın hareketlerinin özünde ekonomik güçlerin yer aldığı köleliğin kaldırılması mücadelesine bağlı olarak Birleşik Amerika’da, 1840’lardan sonra Avrupa ülkelerinde ortaya çıktığı görülmektedir.³²¹ İlk olarak, bireysel hareketler biçiminde gelişen kadın hareketlerine bu anlamda, kadınların giderek daha çok üretime katılmaları ve üretim aşamasında pek çok eşitsizlikle karşılaşmaları nedeniyle daha çok kapitalist toplumlarda karşılaşılmaktadır. Özellikle A.B.D., İngiltere ve Fransa kadınların haklarını almak için giriştikleri savaşların yoğun olduğu ülkeler olmuştur. Ancak gerçek anlamda kadınların ekonomik gücü ve rollerinin yeniden kamuoyu gündemine getirilmesi I. ve II. Dünya Savaşları sırasında kadın iş gücünün yeniden iş piyasasına çıkması nihayet 1960’lı yıllarda uluslar arası göç hareketinin yoğunlaşması ile birlikte olmuştur. II.Dünya Savaşının getirmiş olduğu ekonomik ve sosyal değişimler sonucunda, tüm dünya ülkelerini kadınların statüsüne ve sorunlarına evrensel çözümler getirmek için çalışmalar başlatmışlardır.³²² Bu 1947 yılında Birleşmiş Milletler Teşkilatı içinde “Kadın Statüsü Komisyonu” kurularak tüm üye ülkelerde kadının statüsü ve sorunları saptanmıştır. Birleşmiş Milletler 1975 yılını Uluslararası Kadınlar Yılı olarak kabul ederek, bu yılda kadınlar ve erkekler arasındaki eşitliğin artırılması, kadınların kalkınma çabalarının tümü içinde yer alması ve kadınların dünya barışının güçlendirilmesine katkıları yönünde yoğun faaliyetlerin yapılması amaçlanmıştır.³²³

³²¹Yağcı, **a.g.e.**, s.27.

³²²Arıkan, **a.g.e.**, s.231.

³²³**A.g.e.**, s.232.

3.1.5. Kadın Girişimcilere Destek Veren Kuruluşlar

Kadın girişimciler genel olarak yönetim konularında büyük kuruluşların işletmecilerinden daha az eğitilmiş ve olanakları daha az sınırlıdır. Yeni pazar ve ürün tasarımlarını tanımak, üretim teknolojileri, malzeme ve alternatifleri hakkında bilgi edinmek için rahat seyahat edebilme olanakları bulunmamaktadır. Bu yüzden kadın girişimcilerin işletmesini kurarken ve sürdürürken bazı kurum ve kuruluşlar ücretsiz olarak hizmet almaktadırlar. Kuruluşlar aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır.

3.1.5.1. Sivil Toplum Kuruluşları

Türkiye’de, meslek birliklerinin pek azı kadın girişimcilere destek vermektedirler. TOBB ve TESK gibi iki büyük oluşumlar üyelik birliklerinden ziyade, hükümetin düzenleyici organları gibi faaliyette bulunmaktadır. Bu kuruluşlara üyelik zorunlu olmasına rağmen, verilen hizmetler sınırlıdır. TOBB ve TESK’ in faaliyetleri mesleğe girişi, fiyatları ve kayıtlı iş yerlerini düzenleyici bir anlayışla yürütülmektedir. Oda ve birlikler, oldukça siyasi bir yapıya sahip olup, bu nedenle, üyelerine özellikle yatırım – kalkınma konularında destek sağlamaktan uzaktır. Başlıca mesleki birlik ve kuruluşlar TOBB, TESK ve TUGİAD aşağıda kısaca özetlenmiştir.³²⁴

- **Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)** : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), ticari işletmelerin dahil edildiği bir üyelik kuruluşudur. TOBB sermaye yoğun, birinci sınıf bilanço tutan ve en az beş çalışanı bulunan şirketleri üyeliğine kabul etmektedir. Üyeler yıllık en az yaklaşık 25.000 \$ alış ve 29.000 \$ satış hacmine sahip olmak zorundadırlar. Bu şartlar pek çok kadın girişimcinin karşılayamayacağı düzeydedir. Bu yüzden de TOBB’ne kayıtlı çok az sayıda kadın girişimci vardır. Ancak son dönemlerde TOBB kadın girişimcileri düzenlediği seminer ve toplantılarla özellikle finans konularında bilgilendirmektedir.

³²⁴KOSGEB, a.g.e., s.95.

- **Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK) :** TESK, 1953 yılında 507 sayılı Kanun uyarınca kurulmuş oda ve birlik konfederasyonudur. Tüm esnaf ve sanatkarlar işletmeleri TESK'e kayıtlıdır. TESK'in birincil görevi, işletmelere çeşitli belgeleri sağlamak, çıraklık yasalarına uygunluk durumlarını araştırmak gibi temel düzenleyici fonksiyonları yerine getirmektir. TESK odaları KOBİ'lere hukuki konular, sosyal güvenlik, finansman, vergi konularında danışmanlık hizmetleri ile mesleki eğitim ve yayınlar sunmaktadır.

- **Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGİAD) :** TÜGİAD, 1986 yılında İstanbul'da kurulmuş üyelik merkezli bir organizasyondur. TÜGİAD'a üyelik şartları ve aidatları TOBB'in şartlarına benzediğinden kayıtlı üye sayısı azdır. 850 TÜGİAD üyesinin yalnızca 95'i kadındır. Genel olarak bakıldığında TÜGİAD kadın girişimcilere pek hizmet vermemektedir. Yalnızca TÜGİAD üyesi büyük ve orta ölçekli işletmeler kadın girişimcilere çıraklık, finansman ve pazarlama konularında seminerler ve toplantılarla destek çıkmaktadır.

- **Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı :** 1986 yılınca faaliyete geçen vakıf, gecekondü bölgelerinde yaşayan kadın ve çocuklara geniş çaplı destek sağlamaktadır. Kadınların iş yaşamında karşılaştığı sorunların, çocuk bakımı ve ev içi sorumluluklarla da ilgili olduğunu dikkate alan vakıf; aile planlaması, çocuk bakımı beslenme ve benzeri konularda eğitim vermektedir. Vakıf faaliyetleri son yıllarda annelere nasıl iş bulabilecekleri ve kendi işlerini nasıl kurabilecekleri konularında eğitim üzerine daha da yoğunlaşmıştır.³²⁵

- **Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği :** Merkezi İstanbul'da bulunan dernek 1980 yılında kurulmuştur. Her ne kadar tasarımıda bir kadın organizasyonu olmasa da üyelerinin çoğu kadınlardır ve aktivitelerin büyük çoğunluğu kadın ve çocuklar üzerine yoğunlaşmaktadır. Ayrıca, medeni kanunda, miras ve mülkiyet konularında kadına koruma sağlayabilmek için yasal reformu da desteklemektedir.

³²⁵KOSGEB, a.g.e., s.97.

Vakıf Singer ile Halk Eğitim Merkezlerinin kadın hakları, girişimcilik, hukuk, çevre, çocuk bakımı ve diğer konularda seminerler düzenlediği projelere destek olmaktadır.³²⁶

- **Türk Kadını Güçlendirme ve Tanıtma Vakfı** : Dernek 1986 yılında İstanbul'da kurulmuş, kadın ve çocuklara yönelik gelir getirici faaliyetler konusu üzerinde yoğunlaşmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın Halk Eğitim Merkezleri ile işbirliği yaparak altı köyde kadınlara dikiş, nakış, arıcılık, ipek böceği üretimi, kümes hayvancılığı ve yumurta üretimi branşlarında eğitim verilmesini hedefleyen bir proje uygulamıştır. Dernek ayrıca kurs sonrası üretimin ilk aşaması için kredi temin etmiş ve ürünlerin pazarlamasına destek olmuştur.³²⁷

- **Kadın Girişimcileri Destekleme Derneği (KAGİDER)** : Şu an 90 üyesi bulunan KAGİDER Eylül 2002'de ülke çapında faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul'da kurulmuştur. Derneğin kurucuları arasında; her türlü hukuk ve yönetim danışmanlığı yapan, sağlık ve ilaç, maden, gıda ve içecek, turizm, yayıncılık, halkla ilişkiler, tekstil, perakende, insan kaynakları, pazarlama, reklamcılık, finans ve bilişim, film yapım, ulaşım-nakliye ve denizcilik sektörlerinde çalışan Türkiye'nin önde gelen kadın girişimcileri bulunmaktadır. Derneğin vizyonu, geleceğin iş dünyasını yapılandırmada etkin kadın girişimciler yaratmak; misyonu ise ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını arttırmak, varolan kadın girişimcileri güçlendirerek Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlamak ve Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmaktır. KAGİDER, kadın girişimcilere finansman, pazarlama ve bürokratik konularda her türlü desteği vererek, kadın girişimcilere danışmanlık hizmeti sağlamaktadır. Ayrıca yurt içinde çeşitli toplantı ve seminerler düzenleyerek kadın girişimcilerin sayısının arttırmak, varolan kadın girişimcilerin de mevcut sorunlarına çözüm bulmak için çaba göstermektedir.³²⁸

3.1.5.2 Kamu Kurumları

³²⁶KOSGEB, a.g.e., s.99.

³²⁷Arıkan, a.g.e., s.191.

³²⁸www.kagider.com.tr , (23.10.2005)

Kadınların iş yaşamında sayılarının artması Hükümet'in de kadınlar için politikalarının değişmesine ve onlara destek sağlamak için çeşitli birim ve kurumların oluşturulmasına neden olmuştur. Bu kurumlar KSSGM ve KOSGEB aşağıda kısaca özetlenmiştir.³²⁹

- Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM) : KSSGM, 1990 yılında kurulmuş olup, kadının eğitim düzeyinin yükseltilmesi; kadınların üretim sektörlerinde istihdamının artırılması; kadınların yasal, sağlık ve sosyal haklarının güvence altına alınması; kadınlara sosyal, ekonomik, kültürel ve politik alanlarda eşitlik sağlanması konularında çalışmaktadır. KSSGM; Milli Eğitim, Çalışma ve Sosyal Güvenlik, Kültür, Sağlık, Tarım, Sanayi ve Ticaret Bakanlıkları başta olmak üzere ilgili tüm kurum ve kuruluşların kadın politikaları uygulamaları faaliyetlerinde, koordinasyonu sağlamakla görevlidir. KSSGM'nin uygulamacı rolü bulunmamakla beraber, politika oluşturulması ile yerel ve uluslararası finansmanlı program ve projelerin koordinasyonundan sorumludur.

- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı – KOSGEB) : KOSGEB 1993 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nda ilgili alt birim olarak kurulmuştur. KOSGEB sanayi sektöründe hizmet veren KOBİ'lere destek vermektedir. KOSGEB, kadınlara Hazine Müsteşarlığının Ev Kadınlara Yönelik kredi fonlarının Halk Bankası vasıtasıyla verilmesinde aracı kuruluş olarak seçilmiştir. KOSGEB kadın girişimcilere konferanslar düzenleyerek küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri için destek birimi sağlamıştır.

- Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA) : MEKSA, Türk-Alman Dostluk Konseyi, TESK, TES-AR ve FORUM'u içine alan bir organizasyon grubu tarafından kurulmuştur. MEKSA daha çok kadınlara hitap eden çıraklık programları düzenlenmesi üzerinde çalışmakta ve kadın yoğun mesleklerin çıraklık

³²⁹T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, "Türkiye'de Kadınlara Ait Girişimler", Ankara, 2000, s.162.

yasalarına dahil edilmesini ve bu mesleklerin meşru sanatkarlık olarak kabul edilmesinin zorunlu olduğunu savunmaktadır.

- **Fuarcılık ve Kalkınma İşbirliği Şirketi (FORUM)** : FORUM 1993 yılında ticari fuar organizasyon ajansı olarak TOBB, TESK, MEKSA ve KOSGEB tarafından kurulmuştur. FORUM, Türkiye’de ve yurtdışında işletmelere yönelik fuarlar düzenlemektedir. FORUM, MEKSA’dan pek çok küçük ölçekli kadın işletmeciyi de içine alan eliş, hediyelik, mücevher üretici ve pazarlayıcılarının yoğun olarak katıldığı Berlin İthalat Fuarı’nda Türk katılımcı görevini devralmıştır. FORUM ayrıca DÖŞİM ile de ilişki içindedir. Bu iki kuruluş arasında sağlanacak daha yakın bir işbirliğinin kadın girişimcilerinin ürünlerinin belirlenmesi ve pazarlanmasına önemli etkisi olabilir. FORUM Ankara’da Aralık 1995’ten itibaren özellikle kadınların ürettikleri hediyelik eşyaların satıldığı bir fuar düzenlemektedir.

- **Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV)** : TKV 1969 yılında ve Türkiye’nin az gelişmiş, kaynak darlığı çekilen bölgelerinde tarımsal kalkınmayı hızlandırmak için kurulmuş, yerel, hükümet dışı, kar amacı gütmeyen bir kalkınma örgütüdür. TKV, yaptığı projelerle yerel girişim ve katılımlara destek verip, kadın statüsünün yükseltilmesini ve kalıcı yerel kalkınma örgütlerinin kurulmasını amaçlamaktadır. TKV kırsal kesimde kadının konumunun güçlendirilmesi için geleneksel yaklaşımların üstesinden gelinmesine aracılık yapmak üzere eğitilmiş kadın liderler veya aktif çalışanlar ağı kurarak kayda değer bir girişimde bulunmuştur.

3.1.5.3. Uluslararası Kuruluşlar

Türkiye orta gelirli bir ülke olduğundan, birçok uluslararası örgüt ve kuruluşun Türkiye’de kalkınma programları yoktur. Dünya Bankası’nın toplumsal cinsiyet bileşeni ile birlikte tarım, istihdam ve KOBİ programları vardır. Birleşmiş Milletler kuruluşlarının özellikle araştırma, planlama ve hedef belirlenmesine yönelik bir dizi küçük projesi vardır. Türkiye’ye Uluslararası Fon Sağlayan kuruluşlardan iki kurum olan Dünya Bankasıyla Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) aşağıda kısaca özetlenmiştir.³³⁰

³³⁰T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, **a.g.e.**, s.178.

- **Dünya Bankası** : Dünya Bankası'nın istihdam konusunda en büyük projesi İş ve İşçi Bulma Kurumunun yönetimindeki İstihdam ve Eğitim projesidir. Toplam proje bütçesi 107.4 milyon dolardır. Projenin kadın istihdamın artırılmasına yönelik faaliyetlerini kapsayan 1.4 milyon dolarlık bölümünü KSSGM uygulamaktadır. Projenin KSSGM tarafından uygulanan faaliyetlerinin temel amacı, kadınlara erkek egemen iş alanlarında istihdam olanakları sağlayabilecek yöntemlerin belirlenip bu yönde politikaların gelişmesini sağlamaktır. Bu kapsamda yapılan araştırmalar, kadının mevcut istihdam kalıpları hakkındaki bir bilgi temelini geliştirilmesine, işgücü pazarı talepleri doğrultusunda kadınların mesleki beceri ve eğitim düzey ve gereksinimlerinin belirlenmesi ve işveren envanterinin geliştirilmesine yöneliktir. Proje kadının istihdam olanaklarını geliştirmek ve gelir düzeylerini arttırmak için gerekli önlemleri ve reformları kapsayan önerilerde bulunmaktadır.

- **Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)** : UNDP, KSSGM tarafından yürütülen “Kadının Kalkınmaya Katılımını Güçlendirme Ulusal Programı” adında beş yıllık bir projeyi desteklemektedir. UNDP ve ulusal kaynaklardan sağlanan 600.000 dolar finansmanlı proje, kadınların kalkınma ve sektörel planlarda öncelik kazanmasını amaçlamaktadır. Projenin dört ana hedefi aşağıda sıralanmıştır:³³¹

- Kadının statüsü konusunda güvenilir istatistiklerin derlenmesi,
- Ulusal planlama faaliyetlerinde toplumsal cinsiyet istatistiklerinin kullanılmasına katkıda bulunacak bir Kadın Bilgi Bankası'nın kurulması,
- Kadının kalkınma sürecinde eşit yer almasını sağlayacak örgün ve yaygın eğitimin artırılması yönünde seminer ve eğitim programları düzenlenmesi,
- Kadının statüsünün iyileştirilmesine yönelik ulusal araştırma çabaları ve uygulama projelerinin hazırlanması.

³³¹A.g.e., s.180.

Proje ayrıca eğitim ve gelir getirici faaliyetlere yönelik alt projelerin gerçekleştirilebilmesi için, HDK'ların güçlendirilmesini hedeflemektedir. Projenin yürütülmesi için, Bakanlık temsilcileri, HDK ve gönüllü kuruluşları içine alan bir Danışma kurulu oluşturmuştur. Bu projenin eğitim fonları, kadın girişimcilere hizmet ulaştırılması için kadın örgütleri, HDK ve ilgili devlet kuruluşları temsilcilerinin eğitiminde kullanılabilir.

3.2. KADIN GİRİŞİMCİLERİN GENEL ÖZELLİKLERİ

Günümüzde çok sayıda kadının girişimciliğe ilgi duyarak kendisine bir işletme kurması kadın girişimcilerin sayılarının artmasına neden olmuştur. Bu artışla kadın girişimcilerin genel özellikleri şekillenmeye başlamıştır.

ABD, Kanada, İngiltere'de yapılan araştırmalar ve istatistikler kendi işini kuran kadınların sayısının hızla arttığını, artık işletmelerin hep erkeklerce kurulması geleneğinin yıkıldığını göstermektedir. Bu hızlı artış elbette kadınların iş hayatına büyüyen katılımlarıyla ilişkilidir.³³²

Özellikle bu ülkelerde belli bir kadın girişimci tipi ortaya koymaya yönelik ilginç araştırmalar bulunmaktadır. Bunlardan ilki ABD'nde Schreier ve Schwartz'ın yaptığı araştırmalarıdır.³³³ Bu araştırmalar; kadın girişimcilerin çoğunun bir erkekle ortak çalıştıklarını fakat işletme sahiplerinin kadınlar olduğunu ve bu kadınların esas olarak geleneksel kadın işlerini yansıtan hizmet sektöründe faaliyet gösterdiklerini ortaya koymuştur. Yine bu araştırmalarda kadın girişimcilerin hizmet sektöründe yaygınlaştıkları ve onları iş kurmaya motive eden sebeplerin erkeklerinkine benzer nedenler olduğu sonuçlarına da varılmıştır.

³³²Nilgün Çelebi , Songül Sallan , 'Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler', Ankara, 1997, s.22.

³³³Figen Liman, 'Amerika Birleşik Devletleri,Kanada ve İngiltere'de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi', Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli,Devlet Bakanlığı Kadın ve Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi, Yayın no.74, Ankara, s.34.

Yabancı ülkelerde yapılan araştırmalara göre; genel olarak kadın girişimciler ileri yaşta ve eğitimidir. Destekleyici eş ve babalara sahiptirler. Tipik bir girişimci kadın, orta tabakaya mensup ailenin ilk çocuğu olarak doğmuştur. Bu kadınlar ilk işlerini hizmet sektöründe ve 35 yaşından sonra, çocuklarını yetiştirdikten sonra kurmaktadırlar. Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu teknik eğitim görmemiş, teknik dışı iş tecrübesine sahip, etkili bir iletişim yeteneğine sahip ve uzun vadeli planlama yapabilen kişilerdir. Kadınlar başarma gereksinimi, bağımsızlık isteği, iş tatmini ve ekonomik zorunluluklar yüzünden çalışmakta ve otokratik yönetim anlayışını benimsemektedirler. Kadın girişimciler genel olarak sağlık, gıda ve giyim, turizm ve hizmet alanlarında yoğunlaşmakta, çoğunlukla kendi birikimlerini küçük ölçekli işletmelerde değerlendirmektedirler.³³⁴

1987’de ise Dorothy P. Moore yaptığı araştırmada kadın girişimcileri geleneksel ve modern olmak üzere iki gruba ayırmaktadır. Yaşanan değişimi açıkça ortaya koyan bu çalışmaya göre 1945 ile 1970 arası dönemdeki kadın girişimcileri geleneksel kadın girişimciler, 1970’lerden sonraki dönemdeki kadın girişimcileri modern kadın girişimciler olarak tanımlamıştır. Geleneksel ve modern kadın girişimciler aşağıda tablo 3.7’de görülmektedir.³³⁵

³³⁴Yađcı, **a.g.e.**, s.7.

³³⁵Arat, **a.g.e.**, s.176.

Tablo 3.7. Modern ve Geleneksel Kadın Girişimciler

	Geleneksel Girişimciler 1945-1970	Modern Girişimciler 1970
Yaş	35-55	25-35
Yönelimleri	Ev ve aile	Kariyer
Çalışma Amaçları	Ek gelir sağlama	Planlarını ve ideallerini gerçekleştirme
Girdikleri Sektör	Hizmet, perakende ve ticaret	Erkeklerin baskın olduğu işler ve yeni atılımlar
Finansman	Kişisel kaynaklar	Dış kaynaklar
Kredi	Ayırım	Eşit kredi olanakları
Eğitim	Sanat ve beşeri bilimler	Tecrübe ile desteklenmiş teknik ve yönetsel birikim
İşletme Tipi	Tek sahiplik ve düşük gelir	Ortaklık şeklinde büyüme ve yüksek gelir
Rol Modelleri	Engelleyici	Daha az engelleyici

Kaynak : Necla Arat, **Türkiye’de Kadın Girişimcilik**, Ankara, Tes-Yayımları, No.7, 1993, s.176.

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi geleneksel veya ilk kuşak kadın girişimci profili ele alınmıştır. Geleneksel girişimci 35-55 yaşları arasında, evli olup bir ailesi olan bir kadın tipidir. Ulusal ortalamanın bir hayli üstünde bir eğitim düzeyine sahiptir. Eğitimleri daha çok sanat ve beşeri bilimlerdir. Aile üyelerinden biri de serbest çalışmaktadır. Geleneksel girişimci işletmenin başındadır ve bu onun ilk iş deneyimidir.

İlk işe başlama sermayesi kişisel tasarrufları ve sahip oldukları varlıklardır. Çalışma amaçları ek gelir sağlamaktır. Rol modelleri ise engelleyicidir.

Modern kadın girişimciler ise 25-35 yaşları arasında, işletme yönetimi ve teknik konularda eğitim almış, planlarını ve ideallerini gerçekleştirmek için çalışan girişimcilerdir. Modern kadın girişimciler daha çok erkeklerin yoğun oldukları sektörlerde faaliyetlerini gösterirken finansmanlarını da dış kaynaklardan sağlamaktadırlar. Çalıştıkları işletme tipleri ortaklık şeklinde büyüme ve yüksek gelir özellikleri taşımakta olup rol modeli ise daha az engelleyicidir.

Türkiye’deki iş kadınları ve kadın girişimcileri konu edinen tek araştırma olan “Bağımsız İş Yeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri” başlıklı araştırma da Türkiye’de ki iş kadınlarının % 56’sı ticaret, % 22 hizmet, % 13’ü de ticaret ve hizmet sektöründe yer almaktadır.³³⁶ İşteki durumları işveren veya kendi hesabına çalışan olarak betimlenen kadınların iş yaşamına özellikle 1985’ten sonra geçtikleri tespit edilmiştir.³³⁷ Ortalama yaşları 30-39 olan kadınların % 45’i lise, % 20’si üniversite mezunu olup, % 50’si ayrıca bir kursa devam etmiştir. Çoğunluğunun kent kökenli, evli, iki çocuklu, çekirdek ailede yaşayan, baba mesleği ticaret, anne mesleği ise ev kadınlığı olan bu kadınların yine çoğunluğu, iş kurmayı ilk kez kendilerinin düşündüklerini ailelerinin iş kurmalarına destek olduklarını ifade etmişlerdir. İş kadını olmaya içlerinden gelen istekle başlayanların oranı % 42, evde oturmaktan sıkıldıkları için başlayanların % 10, aile bütçesine katkıda bulunmak için başlayanlar ise % 23.4 oranındadır.³³⁸

Yukarıdaki araştırmanın “meslek dışı roller ve algılanan statü” bölümündeki özelliklerine bakıldığında; kadın girişimcilerin %87’sinin arkadaş, %60’ının birey, %54’ünün akraba rolünü gerçekleştirdiğini; %61’inin ev kadını rolünü başarı ile gerçekleştirdiklerini düşündüklerini, eş rolünü başarı ile yerine getirdiklerini düşünenlerin ise %85 oranında olduğunu göstermektedirler. Araştırma sonucunda kadın

³³⁶Çelebi, Sallan, **a.g.e.**, s.23.

³³⁷Doruk Aktoprak Meltem Kurtisan Röportaj, ‘Peki Niye Öyleyse Girişimciler Hep Erkek ?’ Sivil Toplum, Sayı.2, s.s. 71-77

³³⁸**A.g.e.**, s.75.

girişimcilerin; arkadaşlarının gözünde oldukça yüksek bir statüye sahip olduklarını düşündüklerini, akrabalarla görüşme sıklığının düşük olması nedeniyle, akrabalar arasındaki statünün arkadaşlar arasındaki statüden daha düşük olduğu; eşlerinin kendilerini saygıdeğer biri olarak gördükleri, çevreleri ile ilişkilerinden hoşnut oldukları ve çevrelerinin kendilerini takdir ettiğini düşündükleri ortaya çıkmıştır.

3.3. ERKEK GİRİŞİMCİLERİN GENEL ÖZELLİKLERİ

Erkek girişimciler tüm girişimcilerin bazı ortak özellikleri olan hızlı düşünme, belirsizlik altında hızlı karar alabilme, kararlı ve azimli olma, iyi bir gözlemci olma gibi özelliklere sahiptir. Erkek girişimciler daha çok, kendi geleceklerini kontrol altında tutma güdüsüyle hareket ederek, kendi işlerini daha iyi yönetebilecekleri inancıyla iş kurmaya karar vermektedirler. İşe başlama konusunda erkek girişimciler atıldıkları işe karşı güçlü ilgi duymakta ve tecrübe sahibi oldukları işleri seçmektedirler.³³⁹

Erkek girişimcilerin işe başlarken finans kaynakları kendi birikimlerinin yanında yatırımcı ve bankalardan aldıkları nakitlerdir. Erkek girişimcilerin atıldıkları sektör çoğunlukla imalat, inşaat, finans ve teknik alanlarda tecrübe isteyen sektörlerdir. Kişilik özellikleri bakımından erkek girişimciler kendilerine daha fazla güveni olan, daha az esnek davranan ve daha az tolerans gösteren kişilerdir.³⁴⁰ Erkek girişimcilerin diğer özellikleri kadın girişimcilerle benzerlik göstermektedir.

3.4. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİ ARASINDAKİ FARKLAR

Günümüzde kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon, kişilik, aile ve mesleki deneyimleri başlıkları altında toplanabilecek özellik ve sorunları hakkında bugüne kadar elde edilen bulgular sonucu bazı genellemelere gidilmesi mümkün bulunmaktadır. Ancak, girişimcilerin özellikleri ile ilgili olarak elde edilen bulguların çoğunluğunun erkek girişimciler ile ilgili olarak yapılan araştırmalardan elde edildiğinin gözardı edilmemesi gerekmektedir. Bunun nedeni; kendi işlerini kuran ve faaliyete geçiren

³³⁹ Arıkan, **a.g.e.**, s.227.

³⁴⁰ R.D.Hisrich,**a.g.e.**, s.23.

kişilerin çoğunlukla erkek olmaları ve kadınların girişimci olarak kendilerini daha az göstermeleri girişimcilerin özellikleriyle ilgili bulguların çoğunluğunun erkek girişimciler ile ilgili yapılan araştırmalardan elde edilmesinin nedenini açıklamaktadır.

Kadın ve erkek girişimcinin, özellikleri birbirine benzerlik göstermelerine rağmen; özellikle, motivasyon, iş becerileri ve mesleki deneyimleri açısından arada belli farklılıklar mevcuttur. Bu tür farklılıklar çoğunlukla bir işletmenin başlangıç aşamasındaki işlemler özellikle destek sistemleri, fon kaynakları ve sorunların nitelikleri yönünden daha belirgin olmaktadır. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki karşılaştırmayı Hisrich ve Ronstandt ayrı ayrı ele almış ve genel bir tablo hazırlanmıştır.

Hisrich'e göre kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılması tablo 3.8'de görülmektedir.³⁴¹

³⁴¹ Çelebi, Sallan, **a.g.e.**, s.s.20-21

Tablo 3.8. Hisrich'e Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon (Güdüleyici Faktör)	Kendini gerçekleştirme-bir şey ortaya koyabilmek için çaba.	Bir amaca yönelme, özgür olma ve tek başına başarıma
Girişimde bulunma nedeni	Mevcut işten hoşnutsuzluk, İşten çıkarılma, İş bırakma ve kişisel koşullarda değişiklik	İşten soğuma, engellenme duygusu Belli bir alanda ilgi veya fırsat
Fon Kaynakları	Kişisel varlık / birikim, banka kredileri, yatırımcıların desteği, arkadaş / aileden alınan borçlar	Kişisel varlık / birikim Kişisel borçlar
Mesleki Geçmişi	Çalıştığı iş nedeniyle edindiği deneyim Konunun gerçek anlamda uzmanı olma veya o alanda yüksek düzeyde başarı elde etmiş olma, Belli işletmecilik alanında uzmanlık	Faaliyet alanındaki deneyim Alanında orta düzey yönetici veya idari kadamelere deneyim sahibi olma, hizmette mesleki deneyim
Kişisel Özellikler	Kararlılık ve inatçılık, hedefe yönelme, Yenilikçilik ve idealistlik, Kendine aşırı güven, Hevesli ve enerjik olma, Kendi kendinin patronu olma	Esnek ve toleranslı olma, Hedefe yönelme,yaratıcılık ve gerçekçilik, Orta düzey kendine güven, Hevesli ve enerjik olma, Sosyal ve ekonomik çevre ile başedebilme yetisi
Geçmiş Yaşamı ile İlgili Konular	Girişim Yaşı : 25-35 Baba serbest meslek sahibi Üniversite eğitimi almış, konusu işletmecilik, mühendislik alanında Teknik derecesi mevcut, İlk çocuk	Girişim Yaşı : 35-45 Baba serbest meslek sahibi Üniversite eğitimi almış, konusu liberal sanatlar, İlk çocuk
Destek Olan Gruplar	Arkadaşlar, profesyonel kişiler (Avukatlar,Muhasebeciler) İş ortakları / o alandaki kişiler Eş	Yakın arkadaşlar,eş Aile Mensupları, Kadın Cemiyetleri Meslek kuruluşları
Girişimin Türü	İmalatçılık veya yapımıcılık (İnşaatçılık) Ortalama net gelir \$7.100 / yılda	Hizmet alanındaki işler, Eğitim hizmetleri, Danışmanlık veya halkla ilişkiler Ortalama net gelir \$2.200 / yılda

Kaynak: Nilgün Çelebi, Sallan Songül, 'Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler', Ankara, 1997, s.s.20-21

Yukarıdaki tabloda; kadın ve erkek girişimciler motivasyon, girişimde bulunma nedenleri, fon kaynakları, mesleki geçmişleri, kişisel özellikleri, geçmiş yaşamla ilgili özellikleri, destek olan gruplar ve girişimcilik türleri hakkında karşılaştırılma yapılmıştır. Erkek girişimcilerin girişimlerini güdüleyici faktör kendini gerçekleştirme, birşeyi ortaya koyabilme iken kadın girişimcilerin ise bir amaca yönelme, özgür olma ve tek başına başarıma faktörüdür.

Erkek girişimciler tablo 3.8'e göre mevcut işinden hoşnutsuzluk, işten çıkarılma, işi bırakma gibi nedenlerle girişimde bulunurken kadın girişimciler ise yaptığı işten soğuma, belli bir alana ilgi ve fırsatın doğması nedeniyle girişimde bulunurlar. Erkek girişimciler girişimleri için fon kaynaklarını kişisel, birikim, banka kredileri, yatırımcıların destekleri ve alınan borçlarla finanse ederken kadın girişimciler ise sadece kişisel birikim ve kişisel borçlarla finanse ederler.

Tabloya göre erkek girişimcilerin kişisel özellikleri kararlı ve inatçı olmaları, yenilikçi ve idealist davranmaları, kendilerine aşırı güvenerek kendi kendinin patronu olmak istemeleridir. Kadın girişimcilerin kişisel özellikleri ise esnek ve toleranslı olabilme, orta düzeyde kendine güven, sosyal ve ekonomik çevre ile baş edebilme yetisine sahip olmasıdır. Erkek girişimcilere; arkadaşları, profesyonel kişiler, iş ortakları ve eşi destek olurken, kadın girişimcilere; yakın arkadaşları, eşi, aile mensupları, kadın cemiyetleri ve meslek kuruluşları destek olmaktadır. Son olarak erkek girişimciler imalat sektöründe girişimcilik yaparken kadın girişimciler daha çok hizmet ve eğitim sektörlerinde girişimciliklerini sürdürmektedir.

Hisrich, yeni bir iş kurulmasında gerek erkek ve gerekse kadınların girişimci olma nedenlerinin aynı olduğunu ve her iki grubunda girişim konularında genelde güçlü bir deneyim ve ilgi sahibi olduklarını ifade etmektedirler. Bununla birlikte, erkekler için eski bir uğraştan yeni bir girişime geçiş evresi, yeni girişimin halihazırdaki işin bir dış uzantısı,yan faaliyet alanı veya zevk için yapılan bir iş olması durumunda nisbeten zahmetsiz hale gelmektedir. Diğer taraftan kadınların eski işlerini bırakmalarında işe karşı soğuma ve yeni girişimleri için hevesli olma nedenleri ağırlıklı olurken, yeni işlerine ilişkin deneyimleri yetersiz kaldığından geçiş evresi erkeklere oranla daha külfetli hale gelmektedir.³⁴²

³⁴²Çelebi, Sallan, a.g.e., s.24.

Aşağıda Tablo 3.9.'da Ronstandt Kadın ve Erkek girişimcilerin karşılaştırılmasını farklı bir açıdan ele almıştır.³⁴³

Tablo 3.9. Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Kategoriler	Açıklamalar
Kişisel Kategoriler	Arada farklar olmakla birlikte bunlar girişimci olmayanlarla karşılaştırıldığında çok küçüktür.
Deneyim	Pek çok aşamada kadınların işlerini kurmadan önce erkeklere göre daha çok doğrudan deneyim edinmiş oldukları gösterilmiştir. Aynı zamanda kadınların işlerini kurduktan sonra erkeklere göre o iş için haftada daha az saat vakit ayırdıkları tespit edilmiştir.
Hedefler	Kadınlar erkeklere göre işin yaşam tarzına daha çok; karlılığına ise daha az önem vermektedir.
İş Faktörleri	Araştırmalara göre kadınlar daha küçük ve daha rutin iş alanlarında iş kurmaktadır. (Bir çalışmada bunun nedeninin çevresel engeller olduğu belirtilmiştir.)
Çevresel Faktörler	Burada kadın ve erkekler arası kesin bir farklılık söz konusudur. Hemen hemen tüm araştırmalar mali kaynak konusunda; banker ve diğer mali araçlarla etkileşim konusunda kadınların özel sorunları olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda kadın girişimciler erkeklerden çok daha fazla, perakende ticaret ve hizmet sektöründe yoğunlaşmaktadırlar

Kaynak : Nilgün Çelebi, Songül Sallan, 'Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler', Ankara, 1997, s.s.20-22.

³⁴³Çelebi, Sallan, a.g.e., s.s.20-22

Yukarıdaki tabloya göre, başlangıçta finansman için başvuru kaynakları erkek ve kadın girişimciler için farklı olmaktadır. Tablodan da görülebileceği üzere, erkek girişimciler girişimlerinin ilk başlangıç aşamasında çekirdek sermayeleri yanında, finansman kaynağı olarak yatırımcı ve bankalardan da kredi sağlarken, kadınlar genelde yalnızca kişisel varlık veya birikimlerinden yararlanma yoluna gitmektedirler.

Tecrübe kadınların girişimlerini karşı cinslerine oranla daha az sermaye ile faaliyete geçirdiklerini ortaya koymaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalardan birisi, kadınlar tarafından tesis olunan işletmelerin başlangıç sermayesinin yaklaşık \$15.000 olmasına karşın, erkekler tarafından aynı amaçla kullanılan sermayenin \$36.000 olduğunu ortaya koymaktadır.³⁴⁴ Hatta hizmet işletmelerinin evlerde tesis olmaları durumunda gereksinim duyulan sermaye miktarı daha da düşük olabilmektedir. Bu konuda ileri sürülen nedenlerden birisi kadınların genelde hizmet alanında faaliyet göstermelerinden ötürü az sermayeye gereksinim duymalarına karşılık, erkeklerin çoğunlukla endüstriyel alanda girişimde bulunmaları nedeniyle daha fazla sermayeye gereksinim duymalarıdır.

Kadınların girişimleri için gereksinim duydukları sermayeyi elde etmekte güçlüklerle karşılaştıkları çeşitli araştırmaların sonuçları da doğrulanmaktadır.³⁴⁵ Bu kuruluşlardan birisi olan Birleşik Devletler’de National Federation Of Women Business Owners tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, 1992 yılında kadın girişimcilerin yarısından fazlasının kısa vadeli kredi gereksinimi durumunda kredi kartlarını kullandıkları ortaya konulmuştur. Kefil bulmakta çekilen sıkıntılarda kadınların kredi kartlarını kısa vadeli kredi amacıyla kullanmalarının önemli nedenlerinden birisi olmaktadır. Uygulamada erkek girişimcilerin finansman gereksinimi duydukları durumlarda bu alanda daha evvelce geliştirdikleri bağlantılardan yararlanabilmelerine karşın, kadınların bu alanda deneyimsizlikleri bu yoldan sağlanabilecek fonlar yönünden bir engel oluşturmaktadır. Yukarıda yer verilen bütün açıklamalar, ister istemez kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla fon temini konusunda eşit şartlarda bulunmadıkları sonucuna götürmektedir.

³⁴⁴ Altınel, a.g.e., s.55.

³⁴⁵ T.C.Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, ‘İstatistiklerde Kadın’, Ankara, D.İ.E Yayınları, 2000, No.1520

Mesleki uğraşlar yönünden ele alındığında, erkek ve kadın girişimciler arasında belirgin farklılıklar bulunduğu; erkeklerin daha çok imalatçılık, finans veya teknik alanlarda deneyimli bulunmalarına karşın, kadınların çoğunlukla hizmetle ilişkili alanlarda başarılı oldukları görülmektedir. Bazı araştırmacılar tarafından yapılan analizler ve araştırma sonuçları kadın girişimci ve yöneticiler tarafından benimsenen yönetim stili ve insan ilişkilerinin karşı cinslerine oranla daha değişik olduklarını ifade etmektedir.³⁴⁶

Destek grupları bakımından da kadın ve erkek girişimciler arasında benzerlikler azdır. Erkekler en önemli destek vericileri olarak 'dış' danışmanları (avukatlar, muhasebeciler) tanımlamakta, eşleri hemen daima ikinci sırada yer almaktadırlar. Kadınlar ise, bu konuda eşleri birinci sırada, yakın arkadaşlarına ikinci sırada ve danışmanlar üçüncü sırada yer vermektedirler. Bunun ötesinde, kadınların destek ve enformasyon konusunda çeşitli kaynaklara (meslek kuruluşları ve kadın dernekleri gibi) ağırlık vermelerine karşın, erkeklerin destek alma konusunda mesleki kuruluş ve dernek çeşitliliği az olduğu için bu kaynaklardan yardım almamaktadırlar.³⁴⁷

Kişisel özellikler açısından bakıldığında kadın ve erkek girişimciler açısından güçlü benzerlikler bulunmaktadır. Her ikisi de mizaç olarak enerjik, belli hedeflere yönelen ve serbest eğilimli olmalarına karşın, erkeklerin kadınlara oranla özgüvenleri daha güçlü ve esneklik ve toleransları daha azdır.

Araştırmalar kadın girişimcilerin genelde; kendi ilgi alanlarında deneyim ve uzmanlık sahibi, tutucu, dikkatli, mantıklı, risk almak konusunda ihtiyatlı, bireyci, yaratıcı, hevesli, sezgilerine güvenen, uyumlu, insanları işe almak ve işlerine son vermek gibi üstesinden gelmesi oldukça güç ve vakit kaybedilmeden halledilmesi gereken problemlerle baş edebilecek özellikte kişiler olduklarını ortaya koymaktadırlar. Girişimin başarı ve karlılığı kendi çabalarına dayandığından, kadın girişimcinin mücadelecisi ve enerjik karakterde birisi olması gerekmektedir. Genelde erkek bir

³⁴⁶TUGIAD, 'Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri', Simge Ofset Matbaa, Şubat, 1993, s.57.

³⁴⁷Arıkan, a.g.e., s.79.

girişimcide bulunana özelliklere sahip bulunan kadın girişimciler, çoğunlukla bağımsız, kendine güvenli, rekabetçi ve belli hedefleri olabilen kişilerdir.³⁴⁸

Her ne kadar kadın ve erkek girişimciler geçmiş yaşam ve deneyimleri yönünden benzer özellikler gösterseler de, genelde kadınların belli bir girişim için yatırımda bulunma yaşları erkeklere oranla daha geç olmakta (erkeklerde 25 ile 35 arası olmasına karşın, kadınlarda 35 ile 40 yaş arası) ve geçmişte aldıkları eğitim/öğretimleri de farklı bulunmaktadır. Erkeklerin daha çok teknik veya işletmecilik ile ilgi alanlarda öğrenim almış bulunmalarına karşın, kadınlar genelde liberal sanatlar alanında (tarih, felsefe vb.) öğrenim görmüş olmaktadır.

Günümüzde, araştırma sonuçları ve uygulama tarafından da desteklenen genel kanı, yeni oluşturdukları kuruluş sayısı bakımından erkek girişimcilere oranla gittikçe artan bir trend sergileyen kadınların girişimcilik alanında oldukça başarılı oldukları ve fırsat eşitliğinin tanınması ve cinsiyetten kaynaklanan engellerin kaldırılması durumunda bu başarı düzeylerinin daha da artacağı yönündedir.

3.5. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Dünyada son yıllarda kadınların sahip olduğu işlerde gözle görülür bir artış kaydedilmektedir. 1980'den beri giderek her yıl daha da hızlanan bu artış ekonomik ve sosyal gelişmelerin çok güzel bir göstergesidir. Yeni teknolojilerin uygulanması, iletişim sistemlerinde kaydedilen gelişmeler ve en önemlisi çalışan ve kendi işini kuran kadın imajının daha çok kabul görmesi kadınların yeni dallara geçmesi için fırsat yaratır olmuştur. Şu anda birçok ülke ekonomik kriz içindedir. Bu nedenle en az erkek girişimciler kadar kadın girişimcilere de gereksinim duyulmaktadır. Kadın girişimcilerin sayılarının artması ekonomi için iyi bir gösterge olmasına rağmen önlerindeki engellerin kalkması için daha çok çaba sarf edilmesi gösterilmelidir.

³⁴⁸Giriřimde Kadın Olmak, www,kadinportakal.com.tr, (09.11.2005)

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları temel sorunlar erkek girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara paralel olmakla birlikte kadınların erkelerde söz konusu olmayan birtakım ek kısıtlamaları da mevcuttur.³⁴⁹ Bu kısıtlamaların genel olarak sosyal ve kültürel ortamdan ve iş yükünden kaynaklandığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar, işletmeyi kurma aşamasındaki sorunlar ve işyeri kurulduktan sonra yürütülürken karşılaşılan sorunlar olarak ele almadan önce kadın girişimcilerin karşılaştıkları engelleri ele alınacaktır.

Kendi hesabına iş kurmak isteyen kadınları bu amaçlarını gerçekleştirmekten alıkoyan temel bir etken çeşitli konularda gereksinim duyacakları destek hizmetlerinin eksikliğidir. Devlet, bugüne dek iş yaşamına atılan kadınlara herhangi bir destek vermemesine karşın, iş yaşamına katılmaları için de önlerine engelde getirmemiştir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları işletmeyi kurma aşamasında ve işletmeyi yürütme aşamasında olmak üzere incelemek mümkün olmaktadır.

3.5.1. Kadın Girişimcilerin İş Kurma Aşamasındaki Sorunları ve Çözüm Önerileri

Türkiye ikili bir sosyal ve kültürel yapıya sahiptir. Ankara, İstanbul, İzmir gibi büyük şehirlerde çok modern Avrupa görünümünde olan bir topluluk varken, doğu illerinde ise küçük kasabalarda geleneksel topluluklar görülmektedir. Bu ikili yapı kadın girişimciler için farklı olanaklar yanında kısıtlamaları da beraberinde getirmektedir. Ülkenin modern şehirlerinde ve ekonominin ileri olduğu sektörlerde bile küçük işletmeler yönetmeye girişimde bulunan kadınların çeşitli toplumsal ve kültürel sorunlarla karşılaştıkları bilinmektedir.

Kadın girişimcilerin işletmeyi kurma aşamasındaki sorunlarını altı temel başlık altında incelemek mümkündür. Bu sorunlar sadece kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken değil işletmelerini yürütürken de kadın girişimcilerin karşısına çıkmaktadır.

³⁴⁹Aytül Kasapoğlu, 'Aile Yapısı: Demografik Özellikler, Gecekondularda Aileler Arası Geleneksel Dayanışmanın Çağdaş Organizasyonlara Dönüşümü', T.C. Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hiz. Ankara, 1993, s.26.

Bu sorunlara kalıcı çözüm önerileri getirerek ülkemizde ki kadın girişimcilerin sayısının artmasını sağlayabiliriz.

- **Sermaye Temini** : Sermaye temininde, ilk akla gelen kredi almaktır. Kendi işini kurmak isteyen kadının önce finansmana gereksinimi olacaktır. Buna giden yolda krediden geçmektedir. Türkiye’de kadınların krediye ulaşabilirlikleri kısıtlı olmakla birlikte, banka mevzuatı açısından banka kredisi, ipotek ve diğer mali kredilerden yararlanmaları konusunda ayırıcı ve engelleyici kurallar söz konusu değildir. Bu konuda kadınları destekleyici düzenlemelerde yapılmaktadır. Ancak ayrılan fonlar ve kadınların bu kredi kullanım olanaklarından bilgilendirme düzeyleri yeterli değildir. Kadınların kredi alamamalarının nedenlerinden en önemli olanı teminat gösterecek varlıklarının olmamasıdır.³⁵⁰ Gayrimenkullerin çoğunlukla erkek üzerine olması nedeniyle kadınlar, bankalarca istenilen en önemli teminat kaynağı olan gayrimenkul kefaletini bulmakta zorlanmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilerin finans kurumlarıyla ilişkiler hakkında deneyim ve bilgi eksikliği yaşaması, kadınların erkeklere göre daha düşük eğitim seviyesine sahip olmaları nedeniyle yazılı başvuru işlemlerini tamamlamakta zorlanması ve kadınların sahip olduğu işlerin çok küçük boyutlu olması bankaların bu alandaki borç verme maliyetini arttırmakta bu nedenle de kadın girişimciler sorun yaşamaktadır. Bu sorunların ortadan kalkması için sayılan ve kadının iş kurabilmesini engelleyen kredi koşullarının kolaylaştırılması gerekmektedir. Kredi miktarları sembolik rakamlar olmaktan çıkarılmalı, faizler düşük tutulmalıdır. Teminat koşulları hafifletilmeli, kredi verilecek alanların sınırlandırılmaması, koşullandırılmaması ve daraltılmaması sağlanmalıdır.³⁵¹

- **Gerekli Eğitimden Yoksunluk** : Gerekli eğitimden yoksunluk kadın girişimcilerin en çok karşılaştıkları sorunlar arasındadır.³⁵² Türkiye’nin mevcut eğitim sistemi genç kadınlar arasındaki girişimcilik becerilerini geliştirecek ve güçlendirecek nitelikte değildir. Kadınlar erkeklerden daha az örgün eğitim almakta ve formel iş

³⁵⁰Arat, a.g.e., s.209.

³⁵¹Hamdi Uğur Kınay, ‘Küçük Yatırımlara Başlama Rehberi’, Halk Bankası Yayınları, Ankara, 1994, s.41.

³⁵²Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu, ‘Esnaf ve Sanatkarlar ve Küçük İşletmeler Açısından Kadın Girişimciler’, Türkiye’de Kadın Eğitimi Birinci Uluslar arası Konseyi İçin Hazırlanan Çalışma, Ankara, 1992, s.11.

piyasalarında rekabet bakımından güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Kadınlara yönelik mesleki eğitim geleneksel becerileri ve cinsiyete dayalı rolleri destekleyici niteliktedir. Kadınlar toplumun geleneksel yapısından kaynaklanan sorunların yanı sıra, bunun sonucu olarak gerek genel eğitim ve gerekse mesleki eğitim açısından da erkeklerden oldukça geri düzeydedir. Mesleki eğitim açısından kadınlar erkekler gibi çıraklık, ustalık eğitimlerini tam olarak tamamlayamamaktadır. Böylece kendi mesleği ile ilgili donanım araç ve gerece acemilik yaşamakta hammadde malzeme temininde zorlanmaktadırlar.³⁵³ Kadın girişimcilere örgün ve yaygın eğitim programları hazırlanarak, iş kurmaya yönelik girişimcilik için altyapı oluşturacak tarzda eğitim programları, kısa vadeli kurslar verilmelidir. Bu kurslarda kadın girişimciler mesleki açıdan eksikliklerini tamamlayarak, mesleklerinde gerekli olan araç ve malzemelerin kullanımını öğrenebilirler.

- Acemilik, Yalnızlık, İşe Adapte Olamama : Kadın girişimcilerin bağımsızlık, inisiyatif kullanma, yeni fikirler ve becerileri benimseme, ev dışında çalışma konularındaki yetenek ve becerilerinin kültür ve geleneklerle sınırlandırılmış olması kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlardan birisi olan özgüven eksikliğini doğurmaktadır. İşyerinin açılmasıyla ilgili resmi kurumlarla ilişkilerde kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran daha zorlanmakta ve bürokratik engelleri zor aşmaktadırlar. İşyeri kiralama, kira tutarı ve işyerinin kentin merkezi alanlarında açılmasını kolaylaştırma yönünde destek verilmesi gerekmektedir. Örneğin belediyelerin merkezi alanlardaki işyerlerinin iş kadınlarına öncelikle kiralanması yapılabilir.

- Toplumun İş Kadınına Alışkın Olmaması : Kadınlar bugüne kadar ailede babasına, okulda öğretmenine, işyerinde patronuna, evlendiği zaman ise kocasına bağlı olarak yaşamını sürdürürken, kadının iş yaşamında girmesiyle birlikte toplumdaki rolleri değişmiştir. Toplumun iş kadınına alışkın olmaması yüzünden kendi başına iş kurma ve bunu devam ettirebilme şansının yüksek olduğu pek söylenemez. Toplumun baskısıyla kadın-erkek cinsiyet ayrımı yapılmasıyla kadın girişimcinin piyasaya açılması, pazar araştırması yapmasında zorluklarla karşılaştığı kaçınılmaz bir gerçektir.

³⁵³ Arıkan.a.g.e., s.237.

Türkiye Cumhuriyeti'nin 1923'te kurulmasından sonra kadınlar eğitim, siyasi temsil ve istihdam alanlarında daha geniş olanaklar elde etmişlerdir. Kamu yaşamına bu resmi erişime rağmen kadının toplum içindeki rolü büyük ölçüde geleneksel kültürel değerler tarafından belirlenmeye devam etmektedir. Bu değerler aile içinde bariz şekilde cinsiyete dayalı bir işbölümü olduğunun göstergesidir.³⁵⁴ Erkekler evin gereksinimlerini sağlama rolüyle birlikte; ailenin mali yönden desteğini sağlaması beklenirken, kadınların ise evi idare etmesi ve çocukları yetiştirmesi beklenmektedir. Kadının ev dışında çalışmasının yasaklanmamasına karşılık onlardan çalışmaları da beklenmemektedir. Bir kadının işgücüne katılımına ancak ev idaresi sorumluluklarını yerine getirmeye devam edilmesi şartıyla müsaade edilmektedir.³⁵⁵

- **Bürokratik Engeller** : Türkiye'de küçük bir işletme kurma ve tescil ettirmede bürokrasi çok ağır ve zaman alıcı olarak işlemektedir. Kadın girişimcilerin daha işletmeyi kurarken bu tür sorunlarla karşılaşmamaları için hükümet ve ilgili kuruluşların yardımcı olmaları, girişimci kadınlara ait yasal ve idari düzenlemeler getirilip resmi makamlarla işbirliği yapılmalıdır. Kadının statüsü ve sorunlarıyla bağlantılı olarak kadınların bilinçlendirilmesi ve kamuoyu oluşturulması için ilgili kuruluşlarla tanıtıcı ve eğitici faaliyetlerde bulunmalıdır. Son olarak piyasa ekonomisi ilkelerine uygun biçimde her teşebbüste kadının işveren olarak faaliyet göstermesine öncülük etmek, varolan çalışmaları da desteklememiz gerekmektedir.

- **Donanım, Araç - Gereç Temini** : Kadın girişimciler işletmelerini kurarken kaliteli ve ucuz donanım, araç ve gereci temin etmede zorluklarla karşılaşmaktadır. Cinsiyetlerinden ötürü rahat pazar araştırması yapamayan kadınlar satın aldıkları araç-gerecin kaliteli olduğunu anlamakta da güçlük yaşamaktadırlar. Kadınların erkeklere nazaran rahat pazar araştırması yapamaması, çeşitli iç ve dış fuarlara katılmada zorluklar yaşaması, cinsiyetlerinden ötürü farklı fiyatlarla karşılaşması kadın girişimcilerin donanım, araç – gereç temininde sorunlar yaşamasına yol açmaktadır. Bu sorunların giderilmesi için kadın girişimciler çeşitli aracı şirketlerden yardım alabilir,

³⁵⁴CEDEFOP, 'Kadınların İş Hayatına Arttırmaları Üzerine Milletlerarası Çalışma', Devlet Bakanlığı Yay., Ankara, 1985, s.10.

³⁵⁵A.g.e., s.11.

bağlı bulunduğu meslek odalarından da kaliteli ve ucuz araç – gereç temini için destek isteyebilir.

3.5.2 Kadın Girişimcilerin İşi Yürütürken Karşılaştığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Kadın girişimcilerin ülkemizdeki sayısının az oluşu, kurulan girişimlerin belli bir zaman sonra iflas etmesi ya da kapatılması sonucundan kaynaklanmaktadır. Kendi hesabına çalışmakta olan girişimci kadınların işletmeyi kurarken gereksinim duydukları bilgi ve becerilerin kendilerine kazandırılması işletmeyi yürütürken de çok önemlidir. Kadın girişimcilerin işletmelerini yürütürken de karşılaştığı sorunlar vardır. Bu sorunları beş ana değişken altında inceleyeceğiz.

- **Bürokrasi Değişkeni** : Girişimci kadınların işlerini yürütürken birçoğunun sıkıntı çektikleri bir başka konu ise; örgütlenme ve işletme dışı ilişkileri kurmadır.³⁵⁶ Yasal ve kurumsal bilgi eksikliğinin yarattığı zorluklardan yakınarlarda oldukça fazladır. Bunlar ve benzeri gereksinimlere yönelik, işletmecilik ve yöneticilik eğitimi, personel temini, kalifiye eleman bulma, kendini kabul ettirme gibi başka adlar altında girişimci kadınlar için düzenlenecek eğitim programları, hem halen çalışmakta olanlara kolaylık sağlayacak, hem de bu alana yeni girecekler için teşvik edici bir etken olacaktır.³⁵⁷ Bu eğitimlere kadınlara özgüven kazandırıcı, girişimciliğin gerektirdiği nitelikleri ortaya çıkarıcı, girişimcilik yeteneklerini ve yaratıcılıklarını geliştirici programlarında koyulması gerekmektedir. Kadın girişimcilerin işletmeyi yürütürken karşılaştığı bir diğer sorun ise vergilerdir. Vergilerin yüksek oluşu kadın girişimcilerin ödemelerinde zorluklar yaratmakta hatta işyerlerinin kapatılmasına sebep olmaktadır. Vergi teşvik mevzuatının kadınları destekleyecek biçimde düzenlenmesi ve vergilendirmelerle ilgili olarak belirli bir “iade” fonunun oluşturulması yönünde girişimlerde bulunmasıyla kadın girişimcilerin vergi problemine çözüm bulunabilir.

³⁵⁶Belkıs Kümbetoğlu, ‘Kadın,Çalışma ve Evde Üretim’, Dünya’da ve Türkiye’de Güncel Sosyolojik Gelişmeler, Sosyoloji Derneği, Ankara, 1994, s.s.563-572

³⁵⁷T.C.Milli Eğitim Bakanlığı, ‘Girişimcilik Kursu Eğitim Proramı’ Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü, Halk Eğitim Merkezleri, Kurslar Şubesi, Ankara, 1994, s.42.

Kadın girişimcilerin işletmelerini yürütürken karşılaştıkları sorunları çözmek amacıyla hükümetin; kadınları destekleyici yerel ve ulusal ekonomiye katkıda bulunacak, onlara yardımcı olacak politikalar üretmesi gerekmektedir.

- **Cinsiyet Değişkeni ve Kadına Uygulanan Cinsiyet Ayrımcılığı** Cinsiyet ayrımcılığı doğrudan ve dolaylı cinsiyet ayrımcılığı olarak ele alınmaktadır.³⁵⁸ Doğrudan cinsiyet ayrımcılığı; bir kişiye salt cinsiyetine veya cinsiyetine özgü bir niteliğine (analık, hamilelik gibi) dayanılarak eşit konumdaki diğer cinsiyet grubuna mensup bir kişiye göre keyfi olarak eşit davranmamak veya mağdur etmek anlamına gelmektedir. Bir kişinin doğrudan cinsiyetini veya cinsiyetine özgü bir niteliğini ileri sürerek onu işe almaktan kaçınmak, farklı çalışma koşulları uygulamak, farklı ücret ödemek, doğrudan cinsiyet ayrımcılığıdır. Dolaylı cinsiyet ayrımcılığı ise; çalışma yaşamında doğrudan ayrımcılık kadar yaygın olan fakat belirlenmesi büyük güçlükler doğrudan ayrımcılık türüdür. Bu kavram, görünüşte cinsiyete dayalı olmayan koşulların cinsiyetler üzerindeki farklı etkileriyle ilgilenmektedir.

İşverenin, erkek ve kadına eşit olarak uygulayabileceği bir şart veya talep, erkeklere oranla kadınlar tarafından daha az gerçekleştirilebilme olasılığı taşıyorsa (bu şartı veya talebi gerçekleştirecek kadın yüzde oranı erkeklere göre önemli ölçüde az ise), bunun sebebinin kadının cinsiyete özgü özelliklerine veya davranış biçimlerine dayandığı kabul ediliyorsa, söz konusu şart, talep veya uygulama gerçekleştirilemediğinden dolayı kadının bir zararı doğmuş olursa, kadına karşı ayrımcılık yapıldığı kabul edilmelidir.³⁵⁹

Cinsiyete dayalı iş bölümünün değişmemesi ve ev işleri ile çocuk bakımının daha çok kadına kalması, kadının bu iki alan ve farklı rolü üstlenmesi sonucunu doğurmaktadır. Ev işlerine yeterli zaman ayıramadığı, iyi bir eş ve anne olamadığı için kadın, çoğu zaman kendisi de dahil olmak üzere bir çok kişi tarafından suçlanmakta, işte ise çalışkan ve özverili olmadığı için kariyer ilerlemesinde gözden düşmektedir. Her

³⁵⁸Saadettin Gülcan, 'İşletmelerde Kadın-Erkek Ayrımcılığı ve Cinsel Taciz'.DPÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya, 2004, s.66.

³⁵⁹Melek Onaral Yüksel, 'Türk İş Hukukunda Kadın-Erkek Eşitliği', Beta Yayınları, İstanbul, 2000, s.104.

iki alanda yaşadığı gerilim nedeniyle kadının hem işten hem evlilikten aldığı doyum azalmakta ve birçok fiziksel ve ruhsal bunalımla karşılaşmaktadır. Araştırmalar, iş ve aile çatışması arttıkça, iş ve aile tatmininin azaldığını göstermektedir.³⁶⁰

Kadın girişimciler her ne kadar eğitim alsalar da, kadın işgücü piyasasına güçlü olarak hazırlansalar da bu piyasanın talep koşulları değişmedikçe istihdamın istenilen düzeye ulaşması beklenemez. Piyasa da ise kadınlara talep koşullarının değiştirilmesi, eğitim sistemini etkilemek ve düzeltmekten daha zor ve zaman alıcıdır. Çünkü işgücü piyasasında hangi iş ve mesleklerin kadınlara, hangilerinin ise erkeklere uygun ve yakışır olduğunu belirleyen kalıp yargılar köklü ve değişmeye karşı çok dirençlidir. Kadınlar, şimdiye kadar girmedikleri alanlara girmek için yeterli ve geçerli vasıflarla donatılsalar bile bu alanlar tarafından kabul edilmeleri sancılı bir süreç sonunda olacaktır. Bu da kadın girişimcilerin işletmesini kurduktan sonra yürütürken karşılaştığı önemli sorunlardan biridir.³⁶¹ Piyasadaki işletmeler kadın girişimcilere cinsiyetlerinden ötürü olumsuz bir tavır sergilemekte olup yaptıkları organizasyon ve etkinliklerde kadın girişimcileri saf dışı bırakmaktadır. Kadın girişimcilerin erkeklere göre iş ahlakı kurallarına daha uygun davrandığı için müşteri ve sektörlerindeki işletmelerden de olumsuz bir tavır aldıkları kaçınılmaz bir gerçektir. Cinsiyet değişkeninden kaynaklanan sorunların giderilmesi için toplumun, girişimcinin faaliyette bulunduğu sektörün ve pazarın kadın – erkek cinsiyet ayrımcılığını ortadan kaldırılması, meslek odalarının ve kuruluşlarının kadın girişimcilere destek olması gerekmektedir.

- **Pazar Değişkeni** : Piyasadaki istikrarsızlık, ucuz ve kaliteli mal temini kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunlardan birisidir. Türkiye koşullarında serbest piyasa ekonomisi hakim olduğu için ekonomide tam bir istikrar gözlenememektir. Bu da piyasalara yansımakta ve kadın girişimcilerin işlerini yürütürken de engellerle karşılaşmasına neden olmaktadır. Ucuz, kaliteli mal temin etmek için kadın girişimcilerin pazar araştırması yapmaları erkek girişimcilere nazaran daha zordur. Hammadde ve malzemeyi satın alırken belirli pazarlar arasında fiyat

³⁶⁰Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Araştırma ve Geliştirme Bölümü, 'Kadın Girişimciler Konulu Araştırma Sonuçları', Ankara, 1993, s.13.

³⁶¹KOSGEB, 'Sorunları ve Çözüm Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Önerileri', Ankara, 1996, s.52.

araştırması yapması, kaliteli ve ucuz mal temin etmek için şehir dışı hatta ülke dışı pazarlara açılması gerekmektedir. Kadın girişimci işveren rolünün dışında eş ve anne rolünü de alması bu pazar araştırmalarını her zaman düzenli bir biçimde yapamamalarına neden olmaktadır. Bu araştırmaların yanı sıra yurt içi ve dışındaki fuarları takip etmek ve katılmakta zorlanmaktadırlar. Pazarların alt yapısı ve yönetimi, ulaşım sistemi ve sosyal hizmetler, verimliliğin ve kadın girişimcilerin artması konularında kadın girişimcilere destek vermelidir. Muhasebe, finansman, standardizasyon ve işletme teknolojisi konularındaki eğitim imkanları kadın girişimcilere sağlanmalıdır. Hükümetin söz konusu kadın girişimcilere pazarlama ve kredilendirme kuruluşlarıyla işbirliği yapmalarını ve düşük faizli kredi almalarını sağlaması gerekmektedir.³⁶²

- **Finans Değişkeni** : Çeşitli finans kurumlarının kadın girişimcilere temkinli yaklaşımları yüzünden çek defteri, senet vb. konularda kadın girişimciler problem yaşamaktadırlar. Finans kurumları kredi alma koşullarını kolaylaştırmalı, kredi miktarlarını sembolik olmaktan çıkarıp faizlerini düşük tutmalıdırlar. Kadınlara zor gelen ve vakit alıp göz korkutan kredi alma prosedürlerini ve bürokrasiyi hafifletmelidirler. Bankalar krediyi geleneksel kadın işleri ve meslekleri için değil, her türlü iş ve meslek için vermelidirler. Kendi adına çalışmak veya işyerini geliştirmek isteyip de finans kaynağı bulmayan kadınları bankalar kendi kredi olanaklarından yararlanmaları için bilgilendirmelidirler. Bankalar bu bilgilendirme sürecinde ayrıca, kredi verebilecekleri üretim ve satış faaliyetlerini geleneksel alanların dışına da çıkarak geniş bir yelpaze içinde listeleterek duyurabilirler. Bu yaklaşım, bu faaliyetlerden bir ya da birkaçını yapmaya kendini yeterli gören kadınlar için teşvik edici bir yaklaşım olabilir.³⁶³

- **Eleman Değişkeni** : Kadın girişimciler işe eleman alırken kalifiye elemanları işletmesine çekmekte zorluklar yaşamaktadır. Bu zorluklar kadın girişimcinin kalifiye elemanları seçememesinden kaynaklanabileceği gibi, kalifiye elemanın kadın patrona ve işletmesine duyduğu güvensizlik ya da ücrette anlaşamama gibi nedenlerden kaynaklanabilir. Kadın girişimciler çeşitli danışmanlık firmalarından yararlanarak

³⁶²Kümbetoğlu ,a.g.e., s.570.

³⁶³Hamdi Uğur Kınay ,a.g.e., s.28.

işletmesine kalifiye eleman seçiminde yardım alabilmektedirler. Kadın girişimcilerin eleman değişkeni altındaki bir diğer sorunu ise çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşamalarıdır. Bu zorluklar işi bilmemezlikten kaynaklanıp çalışanı yönlendirememeye olabileceği gibi organizasyon bozukluğundan çalışanlarını örgütlemesinden de kaynaklanabilir. Kadın girişimci yapısından ve anaçlık duygularından ötürü elemanlarıyla zaman zaman patron gibi değil de bir arkadaş, bir dost hatta anne – evlat ilişkisi içine girmektedir. Bu ilişkinin boyutunu ayarlayamayan kadın girişimciler daha sonra elemanları üzerinde otorite kurmakta sorun yaşamaktadır. Bu sorunla birlikte kadın girişimci elemanları hakkında karar verirken profesyonel davranmayıp bazı durumlarda duygusal davranabilmektedir. Kadın girişimcilerin bu sorunları yaşamaması için her zaman elemanlarıyla ilişkilerini iyi ayarlaması gerekmektedir.

Kadın girişimcilerin gereksinim duydukları çeşitli konularda destek hizmetleri alabilecek kurumlar oluşturulmalıdır. Bu kuruluşlardan piyasa koşulları hakkında aydınlatıcı, kredi sağlama yolları hakkında bilgilendirici, yasal destek ve rehberlik sağlayıcı kuruluşlar olmalıdır. Aynı kuruluşlar, bu noktalara ek olarak eğitim ve beceri konusunda destek sağlayabilir, teknik danışmanlık verilebilir, ürün tasarımları oluşturulup çoğaltabilir ve dağıtım ve pazarlama bilgisini girişimci kadınlara yayabilirler. Bu kuruluşlar kadınların kendi güç ve imkanlarını birleştirerek kuracakları gibi halen mevcut olan kurumlardan da yardım alabilmektedir.³⁶⁴ Bu kurumlar Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Milli Eğitim Bakanlığı, Maliye, Sanayi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları, Tarım, Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, bankalar, belediyeler, Sanayi ve Ticaret Odaları, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu, İGEME, TOBB, Kagider, Milli Produktivite Merkezi, radyo ve televizyon kuruluşları ve konuyla ilgilenebilecek diğer örgütler yeni iş kuran veya işlerini geliştiren kadınlara çeşitli açılardan destek vermektedirler.

³⁶⁴T.C.Başbakanlık Kadının Statüsü Ve Genel Sorunları Müd, **a.g.e.**, s.158.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR
VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA**

4.1. ARAŞTIRMA HAKKINDA GENEL BİLGİ

Araştırma konusu olan Türkiye’deki kadın girişimcilerin, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri olan yüksek lisans tezinde Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 827³⁶⁵ kadın girişimciden 100 tanesine anket uygulanmıştır.

4.2. BURSA TİCARET ve SANAYİ ODASIYLA İLGİLİ TEMEL BİLGİLER

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, tüm odaların kuruluş gayesi olan, üyelerinin müşterek gereksinimlerini karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, üyelerinin birbirleriyle ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak, meslek disiplinini, ahlak ve tesanüdünü korumak gibi aynı amaç ve görev çerçevesinde, 6 Haziran 1889 tarihinde, “Bursa Ticaret Odası” ismiyle Bursa’lı ile işadamlarının teşebbüsü ile Koza Han’ın küçük bir odasında hizmete başlamıştır. 1890 yılında kurulan Sanayi Odasıyla birleştirilerek, Ticaret ve Sanayi Odası hüviyetine sahip olmuştur.³⁶⁶

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Avrupa’da açılan fuarlara üyelerinin de katılmalarını, kendilerine önemli yararlar sağlayacağı bilinciyle, onların bu fuarlara iştiraklerini Bursa sanayi ve tarım mallarının ihracatında da teşvik etmiştir. Bursa’nın ve bölgenin ticaret ve sanayi yapısının ülke ekonomisine daha fazla katkı yaratır yönde biçimlenmesi, üyelerinin mesleki faaliyetlerini uygun koşullarda yürütebilmeleri ve karşılaştıkları sorunların çözümlenebilmesiyle amacıyla 117 yıl önce kurulan Bursa Ticaret ve Sanayi Odası bugün ülkemizin en önde gelen meslek kuruluşları arasında bulunmaktadır.

Bursa’da ekonomik yaşama baktığımızda; Bursa ekonomik yönüyle, Türk ekonomisinin geliştirilmesi ve ona yeni ivmeler kazandırıcı ve yönlendirici bir gücü

³⁶⁵www.btso.org.tr. (web sayfasından alınan verilerden yazar tarafından belirlenmiştir. 04.11.2006)

³⁶⁶Rehber 2003, BTO Yayını, Bursa, 2003.

temsil etmektedir. Bursa'da ekonomik değerlerin geleneksel yapısı, çeşitliliği ve zenginliği, şehrin Türkiye Gayri Safi Yurtiçi Hasılasına Katkısını gün geçtikçe arttırmaktadır.

4.3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Günümüzde kadın girişimcilerin; ekonomik kalkınma, istihdam ve sosyal gelişmenin önemli faktörü olduğu herkes tarafından kabul edilen bir gerçektir. Literatür genelinde bu konu çok fazla ele alınmadığı için, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara çözüm önerileri hakkında araştırma yapılmamış, bu incelemenin gerekli olduğu düşünölmüştür.

Araştırmanın genel amacı Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı kadın girişimcilerin işletmelerini yürütürken karşılaştıkları sorunların incelenmesidir.

4.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma yöntemi kapsamı içerisinde aşağıda sırasıyla araştırmanın modeli, hipotezleri, evreni ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama aracı ve verilerin analizi ele alınmıştır.

4.4.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada genel tarama modelleri kullanılmıştır. Araştırmada genel tarama modelleri (survey) içerisinde yer alan tekil tarama modelleri ve ilişkiyel tarama modelleri kullanılarak korelasyon türü ilişki ile çözümleme yapılmıştır. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin türü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örnekleme üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir.³⁶⁷

³⁶⁷Niyazi Karasar, **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, 8. Basım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 1998, s.s. 77-81

Genel tarama modelleri ile tekil ya da ilişkisel taramalar yapılabilmektedir. Çoğu araştırmada hem tekil hem de ilişkisel taramalara olanak verecek düzenlemelere gidilir. Değişkenlerin, tek tek, tür ya da miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılan araştırma modellerine, tekil tarama modelleri denir. Bu tür bir yaklaşımda; ilgilenilen olay, madde, birey, grup, kurum, konu vb. birim ve duruma ait değişkenler ayrı ayrı betimlemeye çalışılır. İlişkisel tarama modelleri, iki ya da daha çok sayıda değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelleridir. Bu tür bir düzenlemede, aralarında ilişki aranacak değişkenler, tekil taramada olduğu gibi, ayrı ayrı sembolleştirilir.³⁶⁸

4.4.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıda sıralanmıştır.

H1 : Bir kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı karşılaştığı zorluklara ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2 : Bir kadın girişimcinin kendisini piyasaya kabul ettirirken epeyce sorun yaşamasına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3 : Bir kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı karşılaştığı zorluklara ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4 : Kadın girişimcilerin, pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcilerin girişimci

³⁶⁸ A.g.e., s.s.77 - 81

olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: Bir kadın girişimcinin işini kurduktan sonra kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6 : Kadın girişimcinin bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almakta güçlükler yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H7 : Kadın girişimcilerin sektörlerindeki işletmelerin oluşturduğu ilişki ağlarında yer almalarında büyük güçlüklerle karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H8 : Kadın girişimcilerin, erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olduklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H9 : Kadın girişimci olarak donanım, araç - gereç ve mal temini gibi konularında erkek girişimcilere göre daha fazla zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H10 : Girişimcinin bayan olduğu için müşterilerle daha samimi ilişkiler kurabildiğine ilişkin görüşler, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H11 : Vergi teşvik mevzuatının kadın girişimcileri destekleyecek biçimde düzenlenmesi gerektiğine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H12 : Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere davet edilmesine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H13 : Sektöründeki işletmelerin kadın girişimcilere kadın olduğundan dolayı olumsuz bir tavrı olduğu düşüncelerine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H14 : Kadın girişimcilerin, erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olduklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin eğitim düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H15 : Kadın girişimciler olarak erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmelerine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H16 : Kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden ötürü ticari faaliyetlerinde kefil bulmakta zorlandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin aylık ortalama gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H17 : Bir kadın girişimcinin; erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H18 : Kadın girişimcinin, erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorlandığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H19 : Kadın girişimcinin, çalışanlarını yönlendirmekte zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H20 : Kadın girişimci olarak erkek girişimcilere göre danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H21 : Kadın girişimcinin, çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H22 : Kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden dolayı müşterilerle ilişki kurmalarında sorun yaşamalarına ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H23 : Kadın girişimcilerin erkeklere göre iş ahlaki kurallarına daha uygun davrandığı için sorun yaşamamasına ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H24 : Bir kadın girişimcinin, işini kurarken kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin aile evresindeki girişimci olan kişilere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H25 : Bir kadın girişimcinin kredi veya çek defteri alırken bankaların daha temkinli davrandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin aylık ortalama gelirine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4.4.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası verilerine göre odaya kayıtlı 827 kadın girişimci bu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma, odaya kayıtlı üyelerden katılımcı üzerinde yürütülmüştür. Bu yolla toplanan veriler SPSS 10.0 programına aktararak veri çözümleme için uygun hale getirilmiştir. Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 827 kadın girişimciden oluşan evrende % 10 örneklem hatası ve % 1 anlamlılık düzeyinde 100 kişilik bir örneklem seçmek gerekmektedir.³⁶⁹ Bu nedenle Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı kadın girişimcilerin 100 tanesine ulaşılmış, bu kişilere anket uygulanmış ve alınan anketlerin tümü değerlendirilmeye uygun bulunmuştur.

4.4.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Bunun nedeni, bireylere soru sorarak çok sayıda bilgi edinmenin mümkün olmasıdır. Bazı durumlarda, sistematik gözlem ile ulaşılamayacak veriler, soru cevap süreci ile toplanabilmektedir. Anket yönteminin ikinci tercih nedeni ise, ekonomik olması ve bilgiye hızlı ve kolay ulaşılmasının sağlamasıdır.

Anketler kadın girişimcilere elden ve mail yoluyla ulaştırılmış, cevaplayıcılardan soru formlarını kendi başlarına doldurmaları istenmiştir. Böylelikle, uzman bir danışman yardımı almaksızın anketi cevaplayanların, ani ve baskı altında karar vermeleri önlenmiş olmaktadır. Cevaplanma oranı hatırlatma telefonları ile arttırılmaya

³⁶⁹ Türker Baş, 'Anket', Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2001, s.46.

çalışılmıştır. Cevaplayıcının, anketi zihnin başka şeylerle meşgul olmadığı bir zamanda doldurulması, rahat bir ortama sahip olması sağlanmaya çalışılmıştır.

Anket formunda toplam 39 soru bulunmaktadır. İlk 9 soru kadın girişimcilerin demografik özelliklerini öğrenmek üzere geliştirilmiş sorulardan, kalan 30 soru ise kadın girişimcilerin işletmelerini yürütürken karşılaştıkları sorunları öğrenmek üzere geliştirilmiş sorulardan oluşmaktadır. Sorular 5 seçenekten oluşmaktadır. 1 seçeneği “Kesinlikle katılmıyorum”, 2 seçeneği “Katılmıyorum”, 3 seçeneği “Kararsızım”, 4 seçeneği “Katılıyorum” ve 5 seçeneği “Kesinlikle katılıyorum”u göstermektedir.

4.4.5. Verilerin Analizi

Anket formlarıyla toplanan veriler istatistik paket programı olan SPSS for Windows 10.00’da değerlendirilmiştir.

Kadın girişimcilerin özelliklerinin belirlenmesi, karşılaştıkları sorunlar ve değerlendirilmesi amacıyla elde edilen veriler çapraz tablolar şekline dönüştürülmüş, ve bu çapraz tablolar üzerinde “ki kare” analizi yapılarak sonuçlar yorumlanmaya çalışılmıştır.²⁵⁸ Uygulama bölümünün değerlendirilmesi yapılırken, örnek grubuna ait betimsel istatistiklerin belirlenmesine yönelik sorular ve katılımcıların anket sorularına verdikleri cevaplar yüzde dağılımı yöntemi ile tablolar halinde sunulmuştur.

4.5. BULGULAR ve YORUMLAR

Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı kadın girişimcilere uygulanan anket çalışması için yapılan güvenilirlik analizi ve anket bulguları aşağıda ayrıntılı bir biçimde verilmiştir.

²⁵⁸ Şener Büyüköztürk, ‘Veri Analizi El Kitabı’, Ankara, Pegem Yayıncılık, 2003, s.139.

4.5.1. Güvenirlilik Analizi

35 denek üzerinde gerçekleştirilen ön test sonucunda elde edilen veriler SPSS for Windows 10.0 paket programına yüklenmiş ve yapılan güvenirlilik analizinde alpha değeri 0,855 olarak bulunmuştur. Söz konusu Alpha değeri 1.00'a yakın bir değer olması nedeniyle anketin güvenirliliğine ve araştırmada kullanılmasına karar verilmiştir.

4.5.2. Kadın Girişimcilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamı içerisinde yer alan kadın girişimcilerin, yaşlarına, medeni ve eğitim durumlarına, varsa çocuk sayısı ve ortalama gelirlerine, girişimci olarak çalıştığı sektör, aile çevresindeki diğer girişimci olan kişiler, girişimciliğe başlamadan önce uğraştıkları iş ve kaç yıldan beri girişimci olarak çalıştıklarına ilişkin bulgulardır.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre dağılımlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.1'de gösterilmiştir.

Tablo 4.1. Kadın Girişimcilerin Yaşlarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Frekans	Yüzde
18-24	7	7,0
25-39	37	37,0
40-54	44	44,0
55 +	12	12,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.1.'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin yaşlarına göre yüzdelerle dağılımı yapıldığında %7'sinin 18-24 yaş arası, %37'sinin 25-39 yaş arası, %44'ünün 40-54 yaş arasında ve %12'sinin 55 yaş ve üzerinde olduğu belirtilmiştir. Araştırma bulgularına göre, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin önemli bir kısmının orta yaşlı olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin orta yaşlı

olması, daha önce başka işlerle uğraştıklarını ya da girişimci olabilmek için imkanlarını anca sağlayabildiklerini göstermektedir.

Kadın girişimcilerin eğitim durumlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.2’de gösterilmiştir.

Tablo 4.2. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
İlköğretim	20	20,0
Lise	34	34,0
Lisans	44	44,0
LisansÜst	2	2,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.2’deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin eğitim durumlarına göre yüzdelerle dağılımları yapıldığında, %20’sinin ilköğretim, %34’ünün lise, %44’ünün lisans ve %2’sinin ise yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Araştırma bulgularına göre, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir. Lisans mezunu olan kadın girişimciler özel sektör veya kamuda çalışmayı ya da evde oturmayı tercih etmemiş kendi işlerini kurmayı tercih etmişlerdir.

Kadın girişimcilerin medeni durumlarına göre dağılımlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.3’de gösterilmiştir.

Tablo 4.3. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Evli	63	63,0
Bekar	26	26,0
Boşan-Dul	11	11,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.3'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin medeni durumlarına göre yüzdeler dağılımları yapıldığında, %63'ünün evli, %26'sının bekar ve %11'nin boşanmış-dul olduğu görülmektedir. Araştırma bulgularına göre, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir. Kadın girişimciler; yaşam koşullarından ötürü aile bütçelerine katkı sağlamak ve çalışma koşulları diğer işlere göre daha uygun olduğundan evlendikten sonra girişimci olmaktan da girişimlerini devam ettirmektedirler.

Kadın girişimcilerin varsa çocuk sayılarına göre dağılımlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.4'de gösterilmiştir.

Tablo 4.4. Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayılarına Göre Dağılımları

Çocuk Sayısı	Frekans	Yüzde
Yok	35	35,0
1	25	25,0
2	33	33,0
3 +	7	7,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.4'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin çocuk sayılarına göre yüzdeler dağılımları yapıldığında, %35'nin çocuğu yok, %25'nin çocuk sayısı 1, %33'ünün çocuk sayısı 2 ve %17'sinin ise çocuk sayısı 2'den fazladır. Araştırma bulgularına göre, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin önemli bir kısmının çocuğu yoktur. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun evli olmasına rağmen çocuğu yoktur. Yaşam koşulları, çocuğa gerekli zamanı ayıramamak, bakıcı bulamamak ve bakıcıya güvenememek gibi nedenlerden ötürü kadın girişimcilerin çocukları bulunmamaktadır.

Kadın girişimcilerin aylık ortalama gelir düzeylerine göre dağılımları aşağıda tablo 4.5'de gösterilmiştir.

Tablo 4.5. Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelir Düzeyleri

Aylık Gelir Dağılımı	Frekans	Yüzde
1000 – 1499	35	35,0
1500 – 1999	28	28,0
2000 –2499	27	27,0
2500 - 2999	9	9,0
3000 +	1	1,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.5’deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin aylık ortalama gelir düzeylerine göre yüzdelerle dağılımları yapıldığında, %35’inin gelir dağılımı 1000-1499 YTL arasında; %28’inin 1500-1999 YTL arasında; %27’sinin 2000-2499 YTL arasında; %9’nun 2500-2999 YTL arasında ve %1’inin 3000 YTL ve üzerinde olduğu görülmektedir. Araştırma bulgularına göre, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin önemli bir kısmının aylık ortalama gelir durumu 1000-1499 YTL arasında olduğu görülmektedir. 1000 – 1499 YTL günümüz yaşam koşullarında gelir olarak küçük bir tutardır. Kendi işi olan kadın girişimci kazandığı bu tutarla ancak günlük gereksinimlerini karşılayabileceği ve işletmesini ayakta tutabilmek için gerekli yatırımları yapamayacağı düşünülmektedir.

Kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştıkları sektörlerle göre dağılımlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.6’da gösterilmiştir.

Tablo 4.6. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olarak Çalıştıkları Sektörlere Göre Dağılımları

Sektörler	Frekans	Yüzde
Hizmet	19	19,0
Eğitim	9	9,0
İmalat	12	12,0
Tekstil	38	38,0
Diğer	22	22,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.6'daki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştıkları sektörler göre yüzdelik dağılımları yapıldığında; %38'nin tekstil, %19'nun hizmet, %12'sinin imalat, %22'sinin diğer ve %9'nun eğitim sektöründe girişimci olarak yer aldıkları görülmektedir. Araştırma bulguları, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin önemli bir kısmının tekstil sektöründe girişimci olarak çalıştığı, çok az bir kısmının ise eğitim sektöründe girişimci olarak faaliyet gösterdiği dikkat çekmektedir. Araştırma bulgularına göre tekstil sektörünün fazla çıkması araştırmanın yapıldığı ana kütle olan BİSO'na kayıtlı kadın girişimcilerin tekstil sektöründe ilk sıralarda yer alması, kadınların el becerilerinden ötürü tekstile daha sıcak bakmaları daha çok bu sektöre yönelmelerine birer etken olmuştur.

Kadın girişimcilerin aile çevrelerinde girişimci olup olmasına göre dağılımlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.7'de gösterilmiştir.

Tablo 4.7. Kadın Girişimcilerin Aile Çevrelerinde Girişimci Olup Olmamasına Göre Dağılımları

Var / Yok	Frekans	Yüzde
Var	67	67,0
Yok	33	33,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.7'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin aile çevrelerinde girişimci olan kişilerin var olup olmadığının yüzdelerle dağılımları yapıldığında; %67'sinin aile çevresinde girişimcilerin var olduğu ve %33'ünün ise aile çevresinde girişimcilerin olmadığı görülmektedir. Araştırma bulgularına göre kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun aile çevresinde girişimci olan kişilerin bulunduğu görülmektedir. Aile çevresinde girişimci olan kadın girişimciler girişimciliği aileden gelen bir gelenek olarak görmekte bu yüzden girişimciliğe daha sıcak bakmakta; ailelerinden destek almakta sorunlar yaşamamaktadır.

Kadın girişimcilerin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı iş durumuna göre dağılımlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.8'de gösterilmiştir.

Tablo 4.8. Kadın Girişimcilerin Girişimciliğe Başlamadan Önce Uğraştığı İşlere Göre Dağılımları

İş Durumları	Frekans	Yüzde
Özel Sektör	30	30,0
Çalışmıyor	14	14,0
Ev Hanımı	21	21,0
Öğrenci	27	27,0
Diğer	8	8,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.8.'deki bulgulara göre ankete katılan 100 kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı iş durumları olarak yüzdelerle dağılımları yapıldığında; kadın girişimcilerin %30'unun özel sektörde, %14'ünün çalışmadığı; %21'nin ev hanımı olduğu; %27'sinin öğrenci olduğu ve %8'nin diğer mesleklerle uğraştığı görülmektedir. Araştırma bulgularına göre kadın girişimcilerin önemli bir kısmının girişimciliğe başlamadan önce özel sektörde çalıştıkları görülmektedir. Özel sektörde çalışan kadınlar çalışma koşullarının ağırlığı, maddi yönden tatminsizlik, kendi işinin patronu olma isteği gibi nedenlerden ötürü girişimci olmaya karar vermişlerdir.

Kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştıkları sürelerle göre dağılımlarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 4.9’da gösterilmiştir.

Tablo 4.9. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olarak Çalıştıkları Sürelere Göre Dağılımları

Çalıştıkları Süreye Göre	Frekans	Yüzde
1 yıldan az	1	1,0
1 - 5	21	21,0
6 - 14	52	52,0
15 +	26	26,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.9’daki bulgulara göre; ankete katılan 100 kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştıkları sürenin yüzdelerle dağılımları yapıldığında; kadın girişimcilerin %1’nin 1 yıldan az, %21’nin 1-5 yıl arası; %52’sinin 6-14 yıl arası ve %26’sının 15 yıl ve üzeri bir süre girişimcilik yaptıkları görülmektedir. Araştırma bulgularına göre kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğu 6 ila 14 yıl arasında girişimcilikle uğraşmaktadırlar. 6-14 yıl arasında girişimcilikle uğraşan kadınlar zaman bakımından işlerini yoluna koymuş, müşteri portföyünü oluşturmuş ve sektörlerinde iyi bir yer edinmişlerdir.

4.5.3. Kadın Girişimcilerin İşi Yürütürken Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunları belirlemek için geliştirilmiş anket formunda 5 ana sorunla ilgili 30 soru hazırlanmıştır. Sorular Cinsiyet, Eleman, Bürokrasi, Finans ve Pazar başlıkları altında sınıflandırılmıştır.

4.5.3.1. Kadın Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular

Kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştığına ilişkin anket sorusu Cinsiyet 1 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.10. Cinsiyet 1 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	15	15,0
Katılmıyorum	35	35,0
Kararsızım	3	3,0
Katılıyorum	41	41,0
Kesinlikle Katılıyorum	6	6,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.10'daki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %50'sinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı zorluklarla karşılaşmadığı görülmektedir. Bu sonuç bize kadın girişimcilerin işlerini kurarken kadın oldukları için çok fazla sorun yaşamadıklarını; asıl sorunu işlerini yürütürken yaşadıklarını göstermektedir.

Bir kadın girişimcinin işini kurduktan sonra kadın olmasından dolayı bazı zorluklarla karşılaşmasına ilişkin anket sorusu Cinsiyet 2 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.11. Cinsiyet 2 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	8,0
Katılmıyorum	29	29,0
Kararsızım	8	8,0
Katılıyorum	42	42,0
Kesinlikle Katılıyorum	13	13,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.11.'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %55'inin işini kurduktan sonra kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştığını söylemek mümkündür. Bu zorluklar kadın girişimcinin cinsiyetinden, işi bilmemesinden, bürokratik engellerden kaynaklanabileceği gibi finansal ve pazarla ilgili konularla da ilişkili olabilmektedir.

Kadın girişimcilerin; erkek elemanların üzerinde otorite kurmakta zaman zaman zorlandıklarına ilişkin anket sorusu Cinsiyet 3 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.12. Cinsiyet 3 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	4	4,0
Katılmıyorum	39	39,0
Kararsızım	6	6,0
Katılıyorum	44	44,0
Kesinlikle Katılıyorum	7	7,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.12'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %51'nin erkek elemanlarının üzerinde zaman zaman otorite kurmakta zorlandıkları görülmektedir. Bu zorluklara erkek elemanların işverenlerinin kadın olmasından dolayı onları pek fazla önemsememesi, kadından emir almayı gururuna yedirememesi örnek olarak verilebilir. Erkek elemanların tutum ve davranışları bu yönde olduğunda; kadın girişimciler de onların üzerlerinde otorite kurmakta zorlanmaktadırlar.

Kadın girişimcinin bayan olduğu için müşterilerle daha samimi ilişkiler kurabildiğine ilişkin anket sorusu Cinsiyet 4 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.13. Cinsiyet 4 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	5	5,0
Katılmıyorum	24	24,0
Kararsızım	10	10,0
Katılıyorum	42	42,0
Kesinlikle Katılıyorum	19	19,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.13'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %61'inin bayan oldukları için müşterilerle daha samimi ilişkiler kurabildiklerini belirtmektedirler. Kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran yapılarından dolayı müşterilerle daha kuvvetli ve samimi ilişkiler kurabilmektedir. Bu sadece iş ilişkisi değildir. Yeri geldiğinde kadın girişimcilerin arkadaş, abla ya da anne rolleri üstlendikleri görülmektedir.

Kadın girişimcinin müşterilerden sektöründeki erkek girişimcilere göre daha olumlu tepkiler aldığına ilişkin anket sorusu Cinsiyet faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.14. Cinsiyet 5 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2,0
Katılmıyorum	27	27,0
Kararsızım	14	14,0
Katılıyorum	40	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	17	17,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.14'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %57'sinin müşterilerinden sektöründeki erkek girişimcilere nazaran olumlu tepkiler aldıkları görülmektedir. Bu olumlu tepkiler kadın girişimcinin az olduğu sektörlerde ya da

çalışma şartlarının zor olduğu meleklerde daha fazla kendini ön plana çıkarmaktadır. Müşterilerden gelen olumlu tepkiler kadın girişimcileri mesleklerinde daha fazla motive olmalarını sağlamaktadır.

Bir kadın girişimcinin erkek girişimcilere göre iş ahlakı kurallarına daha uygun davrandığı için sorunlar yaşamasına ilişkin anket sorusu Cinsiyet 6 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.15. Cinsiyet 6 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3,0
Katılmıyorum	14	14,0
Kararsızım	4	4,0
Katılıyorum	42	42,0
Kesinlikle Katılıyorum	37	37,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.15'deki bulgulara göre; ankete katılan 100 kadın girişimcinin % 79'unun erkeklere göre iş ahlakı kurallarına daha uygun davrandıkları için sorunlar yaşadığı görülmektedir. İşlerinde hilekarlık, sahtekarlık yapmayan; işini prosedürüne uygun yapan kadın girişimciler müşterilerden ve sektörlerindeki erkek girişimcilerden olumsuz tepki almaktadır.

Kadın girişimci olarak erkek girişimcilere göre toplumda daha olumsuz bir imaja sahip olduklarına ilişkin anket Cinsiyet 7 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.16. Cinsiyet 7 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	8,0
Katılmıyorum	15	15,0
Kararsızım	13	13,0
Katılıyorum	48	48,0
Kesinlikle Katılıyorum	16	16,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.16.'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %64'ü erkek girişimcilere göre toplumda daha olumsuz bir imaja sahip oldukları görülmektedir. Bu olumsuz imaj kadın girişimcinin girişimcilik yaptığı sektöre göre değişmekte olup kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunlardan birisidir. Örnek verirsek, erkek girişimcilerin daha fazla içinde olduğu taşımacılık sektöründeki kadın girişimcilere yönelik toplumda kadının imajının olumlu olduğunu söylemek mümkün değildir.

Pazarda yer alan işletmelerin kadın girişimcilere karşı olumsuz bir tavrı olduğuna ilişkin anket sorusu Cinsiyet 8 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.17. Cinsiyet 8 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	14	14,0
Katılmıyorum	49	49,0
Kararsızım	10	10,0
Katılıyorum	25	25,0
Kesinlikle Katılıyorum	2	2,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.17'deki bulgular ankete katılan 100 kadın girişimcinin %63'ünün pazardaki işletmelerin kadın girişimcilere kadın oldukları için olumsuz tavrı olmadığı görülmektedir. Kadınların işlerini başarıyla yürütmeleri ve müşterilerle ilişkilerinin daha samimi olması pazardaki işletmelerin kendilerine cinsiyet ayrımcılığı uygulamadan davranmalarına yol açmaktadır.

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere nazaran danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlanmasına ilişkin anket sorusu Cinsiyet 9 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.18. Cinsiyet 9 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	8,0
Katılmıyorum	27	27,0
Kararsızım	23	23,0
Katılıyorum	34	34,0
Kesinlikle Katılıyorum	8	8,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.18'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %42'sinin erkek girişimcilere göre danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlandığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin danışmanlık firmalarından daha fazla yararlanması onlara maddi ve manevi yönde zarar vermesine yol açmaktadır. Danışmanlık firmalarının günümüzde çok büyük tutarlarda faaliyette bulunmaları kadın girişimcileri finansal yönde etkilemekle birlikte bu firmalardan yardım almaları psikolojik olarak kendilerini muhtaç hissetmelerine ve çok büyük zaman kayıplarına yol açmaktadır.

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmesine ilişkin anket sorusu Cinsiyet 10 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.19. Cinsiyet 10 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	8,0
Katılmıyorum	31	31,0
Kararsızım	16	16,0
Katılıyorum	36	36,0
Kesinlikle Katılıyorum	9	9,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.19'daki bulgulara göre, ankete katılan kadın girişimcilerin azımsanmayacak bir kısmı olan %45'inin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edildikleri görülmektedir. Bu da gösteriyor ki, burada da kadın –

erkek cinsiyet ayrımcılığı yapılmakta olup erkek girişimcilerin kendilerini yenileyip geliştirmeleri için eğitim amaçlı projelere daha fazla davet edildikleri görülmektedir.

Sektördeki işletmelerin kadın girişimcilere kadın olmalarından dolayı olumsuz bir tavrı olduğuna ilişkin anket sorusu Cinsiyet 11 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.20. Cinsiyet 11 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	19	19,0
Katılmıyorum	48	48,0
Kararsızım	10	10,0
Katılıyorum	22	22,0
Kesinlikle Katılıyorum	1	1,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.20'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %67'sinin sektöründeki firmaların kadın girişimcilere kadın olduğundan dolayı olumsuz bir tavrı olmadığı görülmektedir. Bu da bize gösteriyor ki, sektördeki firmalar kadın girişimcilere olumsuz bir tavır sergilemeyip girişimlerini yürütebilmeleri için daha çok destek olmaktadır.

4.5.3.2. Kadın Girişimcilerin Eleman Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilerin işe eleman alırken; kalifiye elemanları işletmeye çekmekte zorlanmasına ilişkin anket sorusu Eleman 1 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.21. Eleman 1 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	5	5,0
Katılmıyorum	34	34,0
Kararsızım	7	7,0
Katılıyorum	47	47,0
Kesinlikle Katılıyorum	7	7,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.21'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %54'ünün işe eleman alırken kalifiye elemanları işletmeye çekmekte zorlandıkları görülmektedir. Bu zorluk kadın girişimcilerin kalifiye elemanları seçememesinden kaynaklanabileceği gibi, kalifiye elemanların kadın girişimcilere işin devamlılığı açısından güvenememesinden de kaynaklanabilmektedir.

Kadın girişimcilerin çalışanlarını yönlendirmekte zorluklar yaşamasına ilişkin anket sorusu Eleman 2 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.22. Eleman 2 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	15	15,0
Katılmıyorum	41	41,0
Kararsızım	7	7,0
Katılıyorum	35	35,0
Kesinlikle Katılıyorum	2	2,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.22.'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %56'sının çalışanlarını yönlendirmekte zorluk yaşamadığı görülmektedir. Kadın girişimciler

işyerlerindeki çalışan elemanlar üzerinde hakimiyet kurarak onları yönlendirmede zorluk yaşamamaktadırlar.

Kadın girişimciler erkek elemanlarla rahat iletişim kuramadıkları için yanlarında daha çok bayan eleman çalıştırmalarına özen göstermesine ilişkin anket sorusu Eleman 3 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.23. Eleman 3 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	9	9,0
Katılmıyorum	26	26,0
Kararsızım	7	7,0
Katılıyorum	42	42,0
Kesinlikle Katılıyorum	16	16,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.23'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %58'inin yanlarında daha çok bayan eleman çalıştırmaya özen gösterdiği görülmektedir. Kadın girişimciler yanlarında daha çok bayan eleman çalıştırarak erkek elemanlara nazaran daha rahat iletişim kurmakta, hem cinslerine destek olmakta ve onların iş yaşamında cinsiyetlerinden dolayı yaşadıkları sorunları azaltmaya çalışmaktadırlar.

Kadın girişimcilerin elemanları hakkında karar verirken bazı durumlarda duygusal davranmasına ilişkin anket sorusu Eleman 4 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.24. Eleman 4 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	6	6,0
Katılmıyorum	23	23,0
Kararsızım	7	7,0
Katılıyorum	60	60,0
Kesinlikle Katılıyorum	4	4,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.24'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimciden %64'ünün elemanları hakkında karar verirken bazı durumlarda duygusal davranabildiği görülmektedir. Bu da; kadın girişimcilerin elemanları hakkında yanlış karar almasına ve profesyonel düşünememesine yol açmaktadır.

4.5.3.3. Kadın Girişimcilerin Bürokrasi Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaşmasına ilişkin anket sorusu Bürokrasi 1 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.25. Bürokrasi 1 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	11	11,0
Katılmıyorum	48	48,0
Kararsızım	9	9,0
Katılıyorum	28	28,0
Kesinlikle Katılıyorum	4	4,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.25'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %59'unun erkek girişimcilere göre kıyaslandığında bürokratik engellerle karşılaşmadıkları görülmektedir. Daha çok devlet kurumlarında kadınlara cinsiyetlerinden ötürü ayrımcılık yapılmayıp daha çok destek verildiği göstermektedir.

Kadın girişimcilerin bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almakta güçlükler yaşamasına ilişkin anket sorusu Bürokrasi 2 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.26. Bürokrasi 2 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	16	16,0
Katılmıyorum	39	39,0
Kararsızım	12	12,0
Katılıyorum	28	28,0
Kesinlikle Katılıyorum	5	5,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.26'daki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %55'nin bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almakta güçlükler yaşamadığı görülmektedir. Bu bulgulara göre kadın girişimciler bağlı oldukları meslek odalarından kendilerine cinsiyet ayrımcılığı yapılmadığı ve gerekli desteği aldıkları söylenebilir.

Vergi mevzuatının kadın girişimcilere destek verecek biçimde düzenlenmesi gerektiği görüşüne ilişkin anket sorusu Bürokrasi 3 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.27. Bürokrasi 3 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	8,0
Katılmıyorum	25	25,0
Kararsızım	5	5,0
Katılıyorum	40	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	22	22,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.27'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %62'sinin vergi mevzuatının kadınları destekleyecek biçimde düzenlenmesi gerektiği görüşüne katıldıkları görülmektedir. Ülkemizdeki vergi oranlarının yüksekliği girişimcileri maddi olarak zorlamaktadır. Kadın girişimcilerin sayısını arttırmak ve devamlılığını sağlamak için belli bir zaman aralığında vergi mevzuatında kadınlara destek verecek projelerin yapılması gerekmektedir.

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre vergi denetiminde daha fazla zorlandıklarına ilişkin anket sorusu Bürokrasi 4 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.28. Bürokrasi 4 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	11	11,0
Katılmıyorum	44	44,0
Kararsızım	14	14,0
Katılıyorum	23	23,0
Kesinlikle Katılıyorum	8	8,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.28'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %55'inin erkek girişimcilere nazaran vergi denetimlerinde daha fazla zorlandıkları görüşüne katılmadıkları görülmektedir. İş ahlakı kurallarına daha uygun davranan kadın girişimciler vergi denetimlerinde zorluk çekmemektedirler.

Kadın girişimcinin girişimini başlatırken, erkek girişimcilere göre siyasi bağlantılarla elde edilen kolaylıklardan yararlanmakta çok daha fazla zorluk yaşadığına ilişkin anket sorusu Bürokrasi 5 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.29. Bürokrasi 5 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	4	4,0
Katılmıyorum	39	39,0
Kararsızım	15	15,0
Katılıyorum	35	35,0
Kesinlikle Katılıyorum	7	7,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.29'daki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %43'ünün girişimini başlatırken erkek girişimcilere göre siyasi bağlantılarla elde edilen kolaylıklardan yararlanmakta çok daha fazla zorluk yaşadığı ifadesine katılmadığını görülmektedir. Kadın girişimciler girişimlerini başlatırken siyasi bağlantılardan elde edilen kolaylıklardan yararlanmaktadırlar.

4.5.3.4. Kadın Girişimcilerin Pazar Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilerin pazarda kendilerine yer edinmede oldukça zorlandığı görüşüne ilişkin bulgular Pazar 1 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.30. Pazar 1 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	8,0
Katılmıyorum	45	45,0
Kararsızım	13	13,0
Katılıyorum	29	29,0
Kesinlikle Katılıyorum	5	5,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.30'daki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %53'ünün pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşamadığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin müşterilerle iyi iletişim kurması, iş ahlakına uygun davranması, işini iyi yapmasının sonucunda pazarda kendine yer edinip müşteri portföyünü oluşturmada zorluklar yaşamadığı görülmektedir.

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorlanmakta olduğu görüşüne ilişkin anket sorusu Pazar 2 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.31. Pazar 2 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	11	11,0
Katılmıyorum	55	55,0
Kararsızım	15	15,0
Katılıyorum	17	17,0
Kesinlikle Katılıyorum	2	2,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.31'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %66'sının erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorluk yaşamadığı görülmektedir. Pazardaki tedarikçiler kadın girişimcilere cinsiyetlerinden ötürü ayrıcalıklı davranmamaktadırlar.

Kadın girişimcilerin kadın oldukları için iç ve dış fuarlara, toplantılara, seminerlere katılmakta zorluklar yaşadığı görüşüne ilişkin anket sorusu Pazar 3 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.32. Pazar 3 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	7	7,0
Katılmıyorum	23	23,0
Kararsızım	19	19,0
Katılıyorum	39	39,0
Kesinlikle Katılıyorum	3	3,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.32'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %51'inin iç ve dış fuarlara, toplantılara, seminerlere katılmakta zorluklar yaşadığı görülmektedir. Bu zorluklar cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanabileceği gibi, kadının ailedeki görev ve sorumluluğundan da kaynaklanabilmektedir.

Kadın girişimcinin işletme sahibi olarak kendisini pazara kabul ettirmede zorlandığı görüşüne ilişkin anket sorusu Pazar 4 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.33. Pazar 4 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	6	6,0
Katılmıyorum	57	57,0
Kararsızım	9	9,0
Katılıyorum	20	20,0
Kesinlikle Katılıyorum	8	8,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.33'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %63'ünün kendisini piyasaya kabul ettirmede epeyce zorlandığı görüşüne katılmadığı görülmektedir. İşini iyi yapan; iş ahlakına uygun davranan kadın girişimciler işletme sahipleri olarak pazarda kendilerini kabul ettirirken zorluk yaşamamaktadırlar.

Kadın girişimcilerin donanım, araç-gereç ve mal temini gibi konularda erkek girişimcilere göre daha fazla zorluklar yaşadığı görüşüne ilişkin anket sorusu Pazar 5 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.34. Pazar 5 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3,0
Katılmıyorum	31	31,0
Kararsızım	10	10,0
Katılıyorum	42	42,0
Kesinlikle Katılıyorum	14	14,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.34'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %56'sının donanım, araç-gereç ve mal temini gibi konularında erkek girişimcilere göre daha fazla zorluklar yaşadığı görüşüne katıldığı görülmektedir. Bu zorluklar kadın girişimcinin cinsiyetinden kaynaklanabildiği gibi, rahat pazar araştırması yapamamasından ya da satın alma için iç ve dış seyahatlara gidememesinden de kaynaklanabilir.

Kadın girişimcilerin sektöründeki işletmelerin oluşturdukları ilişki ağlarında yer almakta büyük güçlüklerle karşılaştığına ilişkin anket sorusu Pazar 6 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.35. Pazar 6 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	8,0
Katılmıyorum	44	44,0
Kararsızım	17	17,0
Katılıyorum	30	30,0
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.35'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %52'sinin sektöründeki firmaların oluşturduğu ilişki ağlarında yer almakta büyük

güçlüklerle karşılaşmadığı görülmektedir. Kadın girişimciler her zaman yeniliklere açık oldukları için sektördeki diğer firmalarla ilişkilerinde problem yaşamamaktadırlar.

4.3.3.5. Kadın Girişimcilerin Finans Faktörüyle İlgili Olarak Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilere finans kurumlarının yaklaşımlarıyla ilgili zorluklar yaşadığına ilişkin anket sorusu Finans1 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.36. Finans 1 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	9	9,0
Katılmıyorum	52	52,0
Kararsızım	15	15,0
Katılıyorum	22	22,0
Kesinlikle Katılıyorum	2	2,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.36'daki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %61'inin finans kurumlarıyla ilgili zorluklar yaşamadığı görülmektedir. Finans kurumları kadın girişimcilere gerekli ilgi ve desteği göstermektedir.

Kadın girişimcilerin kredi veya çek defteri alırken bankaların daha temkinli davrandıkları görüşüne ilişkin anket sorusu Finans 2 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.37. Finans 2 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3,0
Katılmıyorum	15	15,0
Kararsızım	13	13,0
Katılıyorum	44	44,0
Kesinlikle Katılıyorum	15	15,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.37'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %59'unun kredi veya çek defteri alırken bankalar tarafından temkinli yaklaşıldığı görüşüne katıldıkları görülmektedir. Bu da bankaların kadın girişimcilere destek verirken cinsiyetlerinden ötürü temkinli davrandıklarını göstermektedir.

Kadın girişimcilerin ticari faaliyetleri için kefil bulmakta zorlandıklarına ilişkin anket sorusu Finans 3 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.38. Finans 3 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	15	15,0
Katılmıyorum	41	41,0
Kararsızım	15	15,0
Katılıyorum	25	25,0
Kesinlikle Katılıyorum	4	4,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.38'deki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %56'sının ticari faaliyetleri için kefil bulmakta zorlanmadıkları görülmektedir. Finans kurumları temkinli yaklaşırsa da kadın girişimcilere aileleri, yakın dostları ve arkadaşları kefil olmaktadır.

Gayri menkullerin çoğunlukla erkeklerin üzerinde olması nedeniyle kadın girişimcilerin bankalarca istenilen teminat kaynaklarından gayrimenkul kefaletini bulmakta zorlanmalarına ilişkin anket sorusu Finans 4 faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 4.39. Finans 4 Faktörüne İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	4	4,0
Katılmıyorum	34	34,0
Kararsızım	13	13,0
Katılıyorum	36	36,0
Kesinlikle Katılıyorum	13	13,0
Toplam	100	100,0

Tablo 4.39'daki bulgulara göre, ankete katılan 100 kadın girişimcinin %49'unun gayri menkullerin çoğunlukla erkeklerin üzerinde olması nedeniyle kadın girişimcilerin bankalarca istenilen teminat kaynaklarından gayri menkul kefaletini bulmakta zorlandıkları görülmektedir. Bankalar çek ve kredi için kadın girişimcilere temkinli yaklaşırken, ülkemizde genellikle gayri menkullerin erkeklerin üzerinde olması kadın girişimcilerin teminat kaynağı olarak bankalara sunacağı kefaleti bulmakta zorlanmaktadır.

4.5.4. Hipotezlere İlişkin Bulgular

Hazırlanan anket sorularından yola çıkılarak aşağıda kadın girişimciler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerilerine yönelik araştırmamıza ait kurulan hipotezlere ilişkin bulgular ifade edilmeye çalışılmıştır.

H₁ : “Bir kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı karşılaştığı zorluklara ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.40'da görülmektedir.

Tablo 4.40. Bir Kadın Girişimcinin İşini Kurarken Kadın Olmaktan Dolayı Karşılaştığı Zorluklara İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Girişimciliğe Başlamadan Önce Uğraştığı İşe Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Özel Sekt.	Çalışmıyor	Ev Hanımı	Öğrenci	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	-	2	2	9	2
	-	14,3%	9,5%	30,0%	25,0%
Katılmıyorum	17	4	7	6	1
	63,0%	28,6%	33,3%	20,0%	12,5%
Kararsızım	2	-	1	-	-
	7,4%	-	4,8%	-	-
Katılıyorum	6	8	10	12	5
	22,2%	57,1%	47,6%	40,0%	62,5%
Kesinlikle Katılıyorum	2	-	1	3	-
	7,4%	-	4,8%	10,0%	-
Toplam	27	14	21	30	8
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.40'a ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 28.942 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmasından dolayı karşılaştığı zorluklar ile girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı iş arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında işini kurmadan önce herhangi bir işte çalışmayan kadın girişimcilerin %57'si işini kurarken kadın olmasından dolayı zorluklarla karşılaşmış, işini kurmadan önce ev hanımı olan kadın girişimcilerin % 52'si de işini kurarken kadın olmasından dolayı zorluklarla karşılaşmıştır. En fazla zorluğu girişimciliğe başlamadan önce çalışmayan kadın girişimciler ve ardından da ev hanımı olan kadınlar yaşamıştır. Kadın girişimcilerin işini kurarken kadın olmasından dolayı karşılaştığı zorlukların daha önce uğraştığı işe göre değiştiği görülmektedir.

Tablo 4.40'daki verilere bakıldığında; kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmasından dolayı karşılaştığı zorlukların; kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre olduğu görülmektedir.

H₂ : “Bir kadın girişimcinin kendisini piyasaya kabul ettirirken epeyce sorunlar yaşamasına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.41’de görülmektedir.

Tablo 4.41. Bir Kadın girişimcinin Kendisini Piyasaya Kabul Ettirirken Sorunlar Yaşadığı Görüşleri İle Kadın Girişimcinin Girişimciliğe Başlamadan Önce Uğraştığı İşe Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Özel Sektör	Çalışmıyor	Ev Hanımı	Öğrenci	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	3	-	-	1	2
	11,1%	-	-	3,3%	25,0%
Katılmıyorum	12	10	12	19	4
	44,4%	71,4%	57,1%	63,3%	50,0%
Kararsızım	4	1	1	3	-
	14,8%	7,1%	4,8%	10,0%	-
Katılıyorum	6	2	7	5	-
	22,2%	14,3%	33,3%	16,7%	-
Kesinlikle Katılıyorum	2	1	1	2	2
	7,4%	7,1%	4,8%	6,7%	25,0%
Toplam	27	14	21	30	8
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.41’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 19,408 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için; bir kadın işletme sahibinin kendisini piyasaya kabul ettirirken epeyce zorlanması ile kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı iş arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 4.41’deki verilere bakıldığında; bir kadın işletme sahibinin kendisini piyasaya kabul ettirirken zorlanmasının kadın girişimcinin girişimciliğe başlamadan önce uğraştığı işe göre farklılık göstermediği görülmektedir.

H₃ : “Bir kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmaktan dolayı karşılaştığı zorluklara ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular Tablo 4.42’de görülmektedir.

Tablo 4.42. Bir Kadın Girişimcinin İşini Kurarken Kadın Olmaktan Dolayı Karşılaştığı Zorluklara İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	3	-	-	8	4
	15,8%	-	-	21,1%	18,2%
Katılmıyorum	6	3	3	15	8
	31,6%	33,3%	25,0%	39,5%	36,4%
Kararsızım	-	-	2	-	1
	-	-	16,7%	-	4,5%
Katılıyorum	9	5	5	14	8
	47,4%	55,6%	41,7%	36,8%	36,4%
Kesinlikle Katılıyorum	1	1	2	1	1
	5,3%	11,1%	16,7%	2,6%	4,5%
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.42’ye ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 18,914 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için, kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmasından dolayı karşılaştığı zorluklar ile kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştıkları sektöre göre gösterdiği değişim arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu bulgu beklentilerimizin tersi bir sonuçtur. Oysa ki, her iş için karşılaşılan zorluklar farklı olup sektörel olarak baktığımızda hizmet sektöründeki bir cafenin kuruluşu ile imalat sektöründeki bir fabrikanın kuruluşu arasındaki zorluk aynı olmamaktadır.

Tablo 4.42'deki verilere bakıldığında, kadın girişimcilerin işini kurarken kadın olmasından dolayı karşılaştığı zorlukların; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre farklılık göstermediği görülmektedir.

H4 : “Kadın girişimcilerin, pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşamasına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.43’de görülmektedir.

Tablo 4.43. Kadın Girişimcilerin Pazarda Kendilerine Yer Edinmede Zorluklar Yaşamasına İlişkin Görüşlerin; Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	-	2	-	6	-
	-	22,2%	-	15,8%	-
Katılmıyorum	13	4	3	16	9
	68,4%	44,4%	25,0%	42,1%	40,9%
Kararsızım	1	1	5	4	2
	5,3%	11,1%	41,7%	10,5%	9,1%
Katılıyorum	5	2	4	8	10
	26,3%	22,2%	33,3%	21,1%	45,5%
Kesinlikle Katılıyorum	-	-	-	4	1
	-	-	-	10,5%	4,5%
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.43’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 29,335 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) büyük çıktığı için; kadın girişimcilerin pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşaması ile kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında ankete katılan 100 kadın girişimcinin hizmet sektöründeki kadın girişimcilerin % 68’i pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşamadığını belirtirken aynı şekilde eğitim sektöründeki kadın

girişimcilerinde % 66'sı da pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşamadığını belirtmişlerdir. Bu da hizmet ve eğitim sektöründe yer alan kadın girişimcilerin kendilerine yer edinmede zorluklar yaşamadığını göstermektedir. Hizmet ve eğitim sektörü diğer sektörlere nazaran kadınların daha fazla kendilerini gösterdikleri, onlara daha çok hitap eden mesleklerin bulunduğu sektörler olduğu için kadın girişimciler kendilerine yer edinmede zorluklar yaşamamaktadır.

Tablo 4.43'deki verilere bakıldığında; kadın girişimcilerin pazarda kendilerine yer edinmede zorluklar yaşaması, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektörle ilişkili olduğu görölmektedir.

H₅ : “Bir kadın girişimcinin işini kurduktan sonra kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular Tablo 4.44'de görölmektedir.

Tablo 4.44. Bir Kadın Girişimcinin İşini Kurduktan Sonra Kadın Olmasından Dolayı Zorluklarla Karşılaşmasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	2	3	-	3	-
	10,5%	33,3%	-	7,9%	-
Katılmıyorum	5	2	2	14	6
	26,3%	22,2%	16,7%	36,8%	27,3%
Kararsızım	3	1	3	-	1
	15,8%	11,1%	25,0%	-	4,5%
Katılıyorum	8	3	4	17	10
	42,1%	33,3%	33,3%	44,7%	45,5%
Kesinlikle Katılıyorum	1	-	3	4	5
	5,3%	-	25,0%	10,5%	22,7%
	19	9	12	38	22
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.44'e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 26,653 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin işini kurduktan sonra kadın olmasından dolayı bazı zorluklarla karşılaşması ile kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında diğer sektörlerde çalışan kadın girişimcilerin (sağlık, ihracat, taşımacılık vs.) %68'i işini kurduktan sonra daha fazla zorluklarla karşılaştığı görüşüne katılırken aynı şekilde imalat sektöründeki kadınların %58'si tekstil sektöründeki kadınların %55'i işlerini kurduktan sonra kadın olmalarından ötürü zorluklarla karşılaştığı görüşüne katılmaktadır. Hizmet ve eğitim sektöründeki kadınlar işlerini kurduktan sonra kadın olmalarından dolayı zorluklarla karşılaştıkları görüşüne katılmamışlardır.

Tablo 4.44'deki verilere bakıldığında kadın girişimcilerin işini kurduktan sonra kadın olmasından dolayı bazı zorluklarla karşılaşmasının, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektörle ilgili olduğu görülmektedir.

H6 : “Kadın girişimcinin bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almada güçlükler yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.45’de görülmektedir.

Tablo 4.45. Kadın Girişimcinin Bağlı Bulunduğu Meslek Odalarından Destek Almasında Güçlükler Yaşamasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	3	-	-	11	2
	15,8%	-	-	28,9%	9,1%
Katılmıyorum	8	6	5	11	9
	42,1%	66,7%	41,7%	28,9%	40,9%
Kararsızım	4	2	4	-	2
	21,1%	22,2%	33,3%	-	9,1%
Katılıyorum	3	1	3	12	9
	15,8%	11,1%	25,0%	31,6%	40,9%
Kesinlikle Katılıyorum	1	-	-	4	-
	5,3%	-	-	10,5%	-
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.45’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 30,110 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almasında güçlükler yaşaması kadın girişimcinin çalıştığı sektöre göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında eğitim sektöründe çalışan kadın girişimcinin %66’sı bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almakta güçlükler yaşadığı görüşüne katılmazken, hizmet ve tekstil sektöründeki kadınların %57’si bağlı oldukları meslek odalarından destek almakta güçlükler yaşamamaktadır. İmalat ve diğer sektörlerdeki kadın girişimciler bağlı oldukları meslek odalarından destek

almakta güçlükler yaşamaktadır. Karşılaşılan güçlükler sektörel olarak meslek odalarından kaynaklanmakta olup ankete katılan hizmet, eğitim ve tekstil sektöründeki kadın girişimciler bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almakta güçlükler yaşamamaktadır.

Tablo 4.45’deki verilere bakıldığında kadın girişimcinin bağlı bulunduğu meslek odalarından destek almasında güçlükler yaşaması; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektörle ilgili olduğu görülmektedir.

H₇ : “Kadın girişimcilerin sektörlerindeki işletmelerin oluşturduğu ilişki ağlarında yer almalarında büyük güçlüklerle karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.46’da görülmektedir.

Tablo 4.46. Kadın Girişimcilerin Sektörlerindeki İşletmelerin Oluşturduğu İlişki Ağlarında Yer Almalarında Güçlüklerle Karşılaşmasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Tamamen Katılmıyorum	2	2	-	4	-
	10,5%	22,2%	-	10,5%	-
Katılmıyorum	8	1	4	21	10
	42,1%	11,1%	33,3%	55,3%	45,5%
Kararsızım	5	-	4	3	5
	26,3%	-	33,3%	7,9%	22,7%
Katılıyorum	4	5	4	10	7
	21,1%	55,6%	33,3%	26,3%	31,8%
Tamamen Katılıyorum	-	1	-	-	-
	-	11,1%	-	-	-
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.46’ya ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 28,574 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri

tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan x^2 değeri tablodaki değerden ($x^2 = 26,30$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin sektöründeki işletmelerin oluşturduğu ilişki ağlarında yer almasında büyük güçlüklerle karşılaşması ile kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektör arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında eğitim sektöründeki kadın girişimcilerin %66'sı sektöründeki işletmelerin oluşturduğu ilişki ağlarında yer almakta güçlüklerle karşılaştığı görüşlerine katılırken, tekstil sektöründeki kadın girişimcilerin %65'i sektörlerindeki işletmelerin oluşturduğu ilişki ağlarında yer almada güçlüklerle karşılaştıkları görüşüne katılmamaktadır. Eğitim sektörü son 5 yıldır büyük değişimlere uğramış ve bu sektörlerde rekabet oldukça artmıştır. Bu rekabetten dolayı işletmeler oluşturdukları ilişki ağlarında kapalı davranmaya başlamışlardır. Tekstil sektöründeki işletmeler ise dönem dönem krizlere grip bu krizleri de devlet ve meslek odaları sayesinde atlattıkları için ilişki ağlarını açık tutmakta, gerektiğinde birbirine destek olmaktadır.

Tablo 4.46'daki verilere bakıldığında kadın girişimcilerin sektörlerindeki işletmelerin oluşturduğu ilişki ağlarında yer almasında güçlükler yaşamasının kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektörle ilgili olduğu görülmektedir.

H₈ : “Kadın girişimcilerin, erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olduklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.47'de görülmektedir.

Tablo 4.47. Kadın Girişimcilerin Erkek Girişimcilere Göre Toplumda Olumlu Bir İmaja Sahip Olduklarına İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcilerin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-	-	4	4
	-	-	-	10,5%	18,2%
Katılmıyorum	-	2	1	7	5
	-	22,2%	8,3%	18,4%	22,7%
Kararsızım	5	1	4	-	3
	26,3%	11,1%	33,3%	-	13,6%
Katılıyorum	13	6	5	16	8
	68,4%	66,7%	41,7%	42,1%	36,4%
Kesinlikle Katılıyorum	1	-	2	11	2
	5,3%	-	16,7%	28,9%	9,1%
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.47'ye ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 33,174 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerde ($\chi^2 = 26,30$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olması ile kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektör arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında ankete katılan 100 kadın girişimcinin hizmet sektöründeki %73'lük kısmı erkek girişimcilere göre toplumda olumlu bir imaja sahip olduklarına katılırken, aynı şekilde tekstil sektöründeki kadın girişimcilerin %71'lik kısmı da erkek girişimcilere göre toplumda olumlu bir imaja sahip oldukları görüşüne katılmaktadır. Böylece araştırmaya katılan bütün sektörlerdeki kadın girişimciler erkek girişimcilere göre toplumda olumlu bir imaja sahip oldukları görüşüne katılmışlardır.

Tablo 4.47'deki verilere bakıldığında kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olması kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektör ile ilgili olduğu görülmektedir.

H₉ : “Kadın girişimcilerin, erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olduklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin eğitim düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.48’de görülmektedir.

Tablo 4.48. Kadın Girişimcilerin Erkek Girişimcilere Göre Toplumda Olumlu Bir İmaja Sahip Olduklarına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Eğitim Düzeyine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	İlköğretim	Lise	Lisans	Lisansüstü
Kesinlikle Katılmıyorum	4	3	-	1
	20,0%	8,8%	-	50,0%
Katılmıyorum	4	3	8	-
	20,0%	8,8%	18,2%	-
Kararsızım	3	5	5	-
	15,0%	14,7%	11,4%	-
Katılıyorum	8	14	26	-
	40,0%	41,2%	59,1%	-
Kesinlikle Katılıyorum	1	9	5	1
	5,0%	26,5%	11,4%	50,0%
Toplam	20	34	44	2
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.48’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 22,404 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olması ile kadın girişimcinin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında eğitim düzeyi lisans mezunu olan kadın girişimcilerin %70’i toplumda erkek girişimcilere göre daha olumlu bir imaja sahip oldukları görüşüne katılırken, ankete katılan lise mezunu kadın girişimcilerin %67’si de erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip oldukları görüşüne katılmaktadır. Ankete katılan kadın girişimcilerin geneli eğitim düzeyleri ne

olursa olsun toplumda erkek girişimcilere göre olumlu bir imaja sahip oldukları görüşüne katılmaktadır.

Tablo 4.48'deki verilere bakıldığında kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre toplumda daha olumlu bir imaja sahip olması kadın girişimcinin eğitim düzeyi ile ilgili olduğu görülmektedir.

H₁₀ : “Kadın girişimci olarak donanım, araç-gereç ve mal temini gibi konularda erkek girişimcilere göre daha fazla zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.49'da görülmektedir.

Tablo 4.49. Kadın Girişimcinin Donanım, Araç-Gereç ve Mal Temini Gibi Konularında Erkek Girişimcilere Göre Daha Fazla Zorluklar Yaşadığına İlişkin Görüşlerin; Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Tamamen Katılmıyorum	6	-	3	2	3
	22,2%	-	14,3%	6,7%	37,5%
Katılmıyorum	11	7	5	15	4
	40,7%	50,0%	23,8%	50,0%	50,0%
Kararsızım	3	1	4	2	-
	11,1%	7,1%	19,0%	6,7%	-
Katılıyorum	7	6	8	9	1
	25,9%	42,9%	38,1%	30,0%	12,5%
Tamamen Katılıyorum	-	-	1	2	-
	-	-	4,8%	6,7%	-
Toplam	27	14	21	30	8
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.49'a ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 18,155 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için; kadın girişimcinin donanım, araç-gereç ve mal temini

gibi konularında erkek girişimcilere göre daha fazla zorluklar yaşamasıyla kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektör arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Oysa ki eğitim sektörünün gerektirdiği araç-gereç ve mal temini ile imalat sektörünün gerektirdiği araç-gereç ve mal temini aynı olmamakla birlikte, kadınlarda aynı zorluklarla karşılaşmamaktadır.

Tablo 4.49'daki verilere bakıldığında kadın girişimcinin donanım, araç-gereç ve mal temini gibi konularında erkek girişimcilere göre daha fazla zorluk yaşamasının kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektörle ilgili olmadığı görülmektedir.

H₁₁ : “Girişimcinin bayan olduğu için müşterilerle daha samimi ilişkiler kurabildiğine ilişkin görüşler, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.50’de görülmektedir.

Tablo 4.50. Girişimcinin Bayan Olduğu İçin Müşterilerle Daha Samimi İlişkiler Kurabilmesine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	-	1	-	2	2
	-	11,1%	-	5,3%	9,1%
Katılmıyorum	2	2	4	6	10
	10,5%	22,2%	33,3%	15,8%	45,5%
Kararsızım	1	2	3	2	2
	5,3%	22,2%	25,0%	5,3%	9,1%
Katılıyorum	11	4	2	20	5
	57,9%	44,4%	16,7%	52,6%	22,7%
Kesinlikle Katılıyorum	5	-	3	8	3
	26,3%	-	25,0%	21,1%	13,6%
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.50’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 24,324 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden

($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için; kadın girişimcinin bayan olduğu için müşterilerle daha samimi ilişkiler kurabilmesinin kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektör arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kadın girişimciler bütün sektörlerde bayan oldukları için müşterileriyle daha samimi ilişkiler kurabilmektedirler.

Tablo 4.50'deki verilere bakıldığında; kadın girişimcinin bayan olduğu için müşterilerle daha samimi ilişkiler kurabilmesinin kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektörle ilgili olmadığı görülmüştür.

H12 : “Vergi teşvik mevzuatının kadın girişimcileri destekleyecek biçimde düzenlenmesi gerektiğine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.51’de görülmektedir.

Tablo 4.51. Vergi Teşvik Mevzuatının Kadın Girişimcileri Destekleyecek Biçimde Düzenlenmesi Gerektiğine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1	-	3	1
	15,8%	11,1%	-	7,9%	4,5%
Katılmıyorum	5	4	2	9	5
	26,3%	44,4%	16,7%	23,7%	22,7%
Kararsızım	1	-	1	2	1
	5,3%	-	8,3%	5,3%	4,5%
Katılıyorum	5	4	4	13	14
	26,3%	44,4%	33,3%	34,2%	63,6%
Kesinlikle Katılıyorum	5	-	5	11	1
	26,3%	-	41,7%	28,9%	4,5%
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.51’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 17,941 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için; vergi teşvik mevzuatının kadın girişimcileri

destekleyecek biçimde düzenlenmesi gerektiği görüşü ile kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı sektörle arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Kadın girişimciler hangi sektörde faaliyet gösterirse gösterecek vergi teşvik mevzuatının girişimlerini destekleyecek biçimde düzenlenmesi gerekmektedir.

Tablo 4.51'deki verilere bakıldığında; vergi teşvik mevzuatının kadın girişimcilere destekleyecek biçimde düzenlenmesi gerektiğine ilişkin görüşlerin kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre farklılık göstermediği görülmektedir.

H13: “Kadın girişimcilerin eğitim amaçlı projelere erkek girişimcilere göre daha az davet edilmesine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimcilik yaptığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.52’de görülmektedir.

Tablo 4.52. Kadın Girişimcilerin Eğitim Amaçlı Projelere Erkek Girişimcilere Göre Daha Az Davet Edilmelerinin Kadın Girişimcinin Girişimcilik Yaptığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-	2	4	2
	-	-	16,7%	10,5%	9,1%
Katılmıyorum	3	2	6	15	5
	15,8%	22,2%	50,0%	39,5%	22,7%
Kararsızım	9	-	-	3	4
	47,4%	-	-	7,9%	18,2%
Katılıyorum	4	4	4	13	11
	21,1%	44,4%	33,3%	34,2%	50,0%
Kesinlikle Katılıyorum	3	3	-	3	-
	15,8%	33,3%	-	7,9%	-
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.52’ye ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 37,397 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri

tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan x^2 değeri tablodaki değerden ($x^2 = 26,30$) büyük çıktığı için; kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmesi ile kadın girişimcilerin girişimcilik yaptığı sektör arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında eğitim sektöründeki kadın girişimcilerin %77'si eğitim amaçlı projelere erkek girişimcilere göre daha az davet edildikleri görüşüne katılırken, imalat sektöründeki kadın girişimcilerin %66'sı eğitim amaçlı projelere erkek girişimcilere göre daha az davet edildikleri görüşüne katılmamıştır. Eğitim sektöründeki kadın girişimcilerin erkeklere nazaran eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmesi kadınlara yapılan cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanabildiği gibi kadınların eğitime gereksinim duymamasından da kaynaklanabilmektedir. Kadın girişimcilerin eğitim amaçlı projelere erkek girişimcilere göre daha az davet edilmesi kadın girişimcinin girişimcilik yaptığı sektöre göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.52'deki verilere bakıldığında, kadın girişimcilerin eğitim amaçlı projelere erkek girişimcilere göre daha az davet edilmesi ile kadın girişimcinin girişimcilik yaptığı sektörle ilgili olduğu görülmektedir.

H15 : "Sektöründeki işletmelerin kadın girişimcilere kadın olduğundan dolayı olumsuz bir tavır olduğu düşüncelerine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir." Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.53'de görülmektedir.

Tablo 4.53. Sektöründeki İşletmelerin Kadın Girişimcilere Kadın Olduğundan Dolayı Olumsuz Tavrı Olduğu Düşüncelerine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Sektöre Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Hizmet	Eğitim	İmalat	Tekstil	Diğer
Kesinlikle Katılmıyorum	1	3	4	7	4
	5,3%	33,3%	33,3%	18,4%	18,2%
Katılmıyorum	14	4	4	16	10
	73,7%	44,4%	33,3%	42,1%	45,5%
Kararsızım	3	-	2	3	2
	15,8%	-	16,7%	7,9%	9,1%
Katılıyorum	1	2	2	11	6
	5,3%	22,2%	16,7%	28,9%	27,3%
Kesinlikle Katılıyorum	-	-	-	1	-
	-	-	-	2,6%	-
Toplam	19	9	12	38	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.53'e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 15,224 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için; sektöründeki işletmelerin kadın girişimcilere kadın olduğundan dolayı olumsuz tavrının olması ile kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı sektör arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kadın girişimciler hangi sektörde girişimcilik yaparlarsa yapsınlar sektörlerindeki işletmelerin olumsuz bir tavrı bulunmamaktadır.

Tablo 4.53'deki verilere bakıldığında; sektöründeki işletmelerin kadın girişimcilere kadın olduğundan dolayı olumsuz bir tavrı olmasının kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı sektöre göre farklılık göstermediği görülmektedir.

H16 : “Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edildiğine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin eğitim

düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.54’de görülmektedir.

Tablo 4.54. Kadın Girişimciler Olarak Erkek Girişimcilere Göre Eğitim Amaçlı Projelere Daha Az Davet Edildiğine İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Eğitim Düzeyine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	İlköğretim	Lise	Lisans	Lisansüstü
Kesinlikle Katılmıyorum	2	5	-	1
	10,0%	14,7%	-	50,0%
Katılmıyorum	6	10	15	-
	30,0%	29,4%	34,1%	-
Kararsızım	3	9	4	-
	15,0%	26,5%	9,1%	-
Katılıyorum	7	8	20	1
	35,0%	23,5%	45,5%	50,0%
Kesinlikle Katılıyorum	2	2	5	-
	10,0%	5,9%	11,4%	-
Toplam	20	34	44	2
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.54’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 18,224 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) küçük çıktığı için; kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmesi ile kadın girişimcinin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri ne olursa olsun erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere davet edilmektedirler.

Tablo 4.54’deki verilere bakıldığında kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmesinin kadın girişimcinin eğitim düzeyine göre farklılık göstermediği görülmektedir.

H₁₇ : “Kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden ötürü ticari faaliyetlerinde kefil bulmakta zorlandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin

aylık ortalama gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.55’de görülmektedir.

Tablo 4.55. Kadın Girişimcilerin Cinsiyetlerinden Ötörü Ticari Faaliyetlerinde Kefil Bulmakta Zorlanmalarının; Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelir Düzeyine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	1000 - 1499	1500-1999	2000-2499	2500 - 4900	3000 +
Kesinlikle Katılmıyorum	6 17,1%	1 3,6%	7 25,9%	1 11,1%	- -
Katılmıyorum	11 31,4%	17 60,7%	8 29,6%	4 44,4%	1 100,0%
Kararsızım	8 22,9%	3 10,7%	3 11,1%	1 11,1%	- -
Katılıyorum	8 22,9%	6 21,4%	9 33,3%	2 22,20	- -
Kesinlikle Katılıyorum	2 5,7%	1 3,6%	- -	1 11,1%	- -
Toplam	35 100,0%	28 100,0%	27 100,0%	9 100,0%	1 100,0%

Tablo 4.55’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 16,156 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için; kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden ötürü ticari faaliyetleri için kefil bulmaları ile kadın girişimcilerin aylık ortalama gelir düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Oysa ki, gelir düzeyi 1000- 1499 YTL arasında olan kadın girişimciye kefil olmakla gelir düzeyi 3000 YTL ve üzerinde olan kadın girişimciye kefil olmak arasında büyük bir farkın olması gerekmektedir.

Tablo 4.55’deki verilere bakıldığında kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden ötürü ticari faaliyetleri için kefil bulmalarında kadın girişimcilerin aylık ortalama gelir düzeylerine göre farklılık göstermediği görülmüştür.

H₁₈ : “Kadın girişimcinin; erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.56’de görülmektedir.

Tablo 4.56. Kadın Girişimcinin; Erkek Girişimcilere Göre Bürokratik Engellerle Daha Çok Karşılaştıklarına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	1 yıldan az	1 – 5	6 – 14	15 yıl.fazla
Kesinlikle Katılmıyorum	-	3	1	7
	-	14,3%	1,9%	26,9%
Katılmıyorum	1	7	32	8
	100,0%	33,3%	61,5%	30,8%
Kararsızım	-	4	3	2
	-	19,0%	5,8%	7,7%
Katılıyorum	-	5	15	8
	-	23,8%	28,8%	30,8%
Kesinlikle Katılıyorum	-	2	1	1
	-	9,5%	1,9%	3,8%
Toplam	1	21	52	26
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.56’ya ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 21,101 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaşması ile kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı süreye göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında ankete katılan 1 yıldan az çalışan kadın girişimcilerin %100’ü erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaştıkları görüşüne katılmazken, ankete katılan 1-5 yılları arasında çalışan kadın girişimcilerin %33’lük kısmı da erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılmıştır. Kadın girişimcilerin girişimci

olarak çalıştığı süre arttıkça erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle karşılaşması da % olarak artış göstermektedir.

Tablo 4.56’da ki verilere bakıldığında; kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre bürokratik engellerle daha çok karşılaşmasına, kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı zamanla ilgili olduğu görülmektedir.

H19 : “Kadın girişimcinin, erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorlandığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.57’de görülmektedir.

Tablo 4.57. Kadın Girişimcinin Erkek Girişimcilere Nazaran Tedarikçilerle İlişkilerinde Zorluklar Yaşamasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	1 yıldan az	1 - 5	6 - 14	15 yıl.fazla
Kesinlikle Katılmıyorum	1	2	3	5
	100,0%	9,5%	5,8%	19,2%
Katılmıyorum	-	17	25	13
	-	81,0%	48,1%	50,0%
Kararsızım	-	1	12	2
	-	4,8%	23,1%	7,7%
Katılıyorum	-	1	10	6
	-	4,8%	19,2%	23,1%
Kesinlikle Katılıyorum	-	-	2	-
	-	-	3,8%	-
Toplam	1	21	52	26
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.57’ye ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 23,218 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorlanmaları ile kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı

süre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında ankete katılan 1 yıldan az girişimcilik yapan kadın girişimcilerin %100'ü erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorluklar yaşadığı görüşüne katılmazken, 1-5 yıl arasında girişimcilik yapan kadın girişimcilerin %89'u 6-14 yıl arasında girişimcilik yapan kadın girişimcilerin %54'ü erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorluklar yaşadığı görüşüne katılmamıştır. Kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı zaman arttıkça erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorluk yaşamamasına ilişkin görüşlere katılımları da % olarak artmaktadır.

Tablo 4.57'deki bulgularda kadın girişimcilerin erkek girişimcilere nazaran tedarikçilerle ilişkilerinde zorlanmaları; kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı zamanla ilgili olduğu görülmektedir.

H₂₀ : “Bir kadın girişimci olarak, çalışanlarımı yönlendirmekte oldukça zorlanmakta olduğu düşüncelerine ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.58'de görülmektedir.

Tablo 4.58. Bir Kadın Girişimcinin Çalışanlarını Yönlendirmekte Zorlanmasına İlişkin Görüşlerin Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	1 yıldan az	1 – 5	6 - 14	15 yıl.fazla
Kesinlikle Katılıyorum	-	5	5	5
	-	23,8%	9,6%	19,2%
Katılmıyorum	1	9	21	10
	100,0%	42,9%	40,4%	38,5%
Kararsızım	-	2	5	-
	-	9,5%	9,6%	-
Katılıyorum	-	5	19	11
	-	23,8%	36,5%	42,3%
Kesinlikle Katılıyorum	-	-	2	-
	-	-	3,8%	-
Toplam	1	21	52	26
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.58'e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 9,433 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) küçük çıktığı için; kadın girişimcinin çalışanlarını yönlendirmesin yaşadığı zorluklarla kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süre arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Oysa ki, kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştığı zaman arttıkça deneyim kazandıkları için çalışanlarını yönlendirmekte zorluk yaşama oranları da % olarak azalmaktadır.

Tablo 4.58'deki verilere bakıldığında; kadın girişimcinin çalışanlarını yönlendirmede zorlanmasının kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre farklılık göstermediği görülmektedir.

H₂₁ : “Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin girişimci olarak çalıştığı süreye göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.59'da görülmektedir.

Tablo 4.59. Kadın Girişimcilerin Erkek Girişimcilere Göre Daha Fazla Danışmanlık Şirketlerinden Yararlanmalarının Kadın Girişimcinin Girişimci Olarak Çalıştığı Süreye Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	1 yıldan az	1 – 5	6 -14	15 yıl. fazla
Kesinlikle Katılmıyorum	-	4	1	3
	-	19,0%	1,9%	11,5%
Katılmıyorum	-	6	14	7
	-	28,6%	26,9%	26,9%
Kararsızım	-	1	15	7
	-	4,8%	28,8%	26,9%
Katılıyorum	-	9	21	4
	-	42,9%	40,4%	15,4%
Kesinlikle Katılıyorum	1	1	1	5
	100,0%	4,8%	1,9%	19,2%
Toplam	1	21	52	26
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.59'a ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 32,047 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcilerin erkeklere göre danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlanması ile kadın girişimcilerin girişimcilik yaptığı süre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında 1-5 yıl arasında girişimcilik yapan kadın girişimcilerin %47'si erkek girişimcilere göre daha fazla danışmanlık şirketlerinden yararlandığı görüşüne katılırken; aynı şekilde 6-14 yıl arasında girişimcilik yapan kadın girişimcilerin %42'si ve 15 yıldan fazla girişimcilik yapan kadın girişimcilerin %34'ü erkek girişimcilere göre daha fazla danışmanlık şirketlerinden yararlandıkları görüşüne katılmışlardır. Kadın girişimcilerin girişimci olarak çalıştıkları süre arttıkça danışmanlık firmalarından daha fazla yararlanma oranları % olarak azalmaktadır.

Tablo 4.59'daki verilere bakıldığında; kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlanmasının kadın girişimcinin girişimcilik yaptığı süreyle ilgili olduğu görülmektedir.

H₂₁ : “Kadın girişimcinin, çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.60'da görülmektedir.

Tablo 4.60. Kadın Girişimcilerin Çalışanlarını Yönlendirmede Zorluklar Yaşamalarıyla İlgili Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Yaşına Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	18 - 25	26 - 39	40 – 55	55 +
Kesinlikle Katılmıyorum	1	4	8	2
	14,3%	10,8%	18,2%	16,7%
Katılmıyorum	4	16	17	4
	57,1%	43,2%	38,6%	33,3%
Kararsızım	-	5	2	-
	-	13,5%	4,5%	-
Katılıyorum	-	12	17	6
	-	32,4%	38,6%	50,0%
Kesinlikle Katılıyorum	2	-	-	-
	28,6%	-	-	-
Toplam	7	37	44	12
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.60'a ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 35,457 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşaması ile kadın girişimcinin yaşına göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında 18-25 yaş arasındaki kadın girişimcilerin %71'i çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşadığı görüşüne katılmazken, 26-39 yaşları arasındaki kadın girişimcilerin %54'ü çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşadığı görüşüne katılmaktadır. Kadın girişimcilerin yaşı arttıkça çalışanları yönlendirmede zorluklar yaşamasının katılım düzeyi % olarak azalmaktadır.

Tablo 4.60'daki verilere bakıldığında kadın girişimcinin çalışanlarını yönlendirmede zorluklar yaşaması, kadın girişimcinin yaşıyla ilgili olduğu görülmektedir.

H₂₂ : “Kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden dolayı müşterilerle daha ilişki kurmada sorun yaşadığına ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin yaşına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.61’de görülmektedir.

Tablo 4.61. Kadın Girişimcilerin Cinsiyetlerinden Dolayı Müşterilerle İlişki Kurmada Sorun Yaşadığına İlişkin Görüşlerin; Kadın Girişimcinin Yaşına Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	18 - 25	26 - 34	35 – 49	50 ve üzeri
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2	1	-
	28,6%	5,4%	2,3%	
Katılmıyorum	1	7	11	5
	14,3%	18,9%	25,0%	41,7%
Kararsızım	-	6	4	-
	-	16,2%	9,1%	-
Katılıyorum	4	15	21	2
	57,1%	40,5%	47,7%	16,7%
Kesinlikle Katılıyorum	-	7	7	5
	-	18,9%	15,9%	41,7%
Toplam	7	37	44	12
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.61’e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 22,038 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden dolayı müşterilerle ilişki kurmada sorun yaşaması ile kadın girişimcinin yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında 35-49 yaşları arasındaki kadın girişimcilerin %63’ü cinsiyetlerinden dolayı müşterilerle ilişki kurmada sorun yaşarken bunu %59’luk dağılımla 26-34 yaşları arasındaki kadın girişimciler takip etmiştir. 35-49 yaşları arasındaki kadın girişimcilerin diğer girişimcilere göre cinsiyetlerinden dolayı müşterilerle ilişki kurmada daha fazla sorun yaşadıkları söylenebilmektedir.

Tablo 4.61'deki verilere bakıldığında; kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden dolayı müşterilerle ilişki kurmada sorun yaşamasının kadın girişimcilerin yaşlarıyla ilgili olduğu görülmektedir.

H23 : “Kadın girişimcilerin erkeklere göre iş ahlaki kurallarına daha uygun davrandığı için sorun yaşamasına ilişkin görüşlere katılım düzeyi, kadın girişimcinin yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.62’de görülmektedir.

Tablo 4.62. Kadın Girişimcilerin Erkeklere Göre İş Ahlakı Kurallarına Daha Uygun Davrandığı İçin Sorun Yaşamasına İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcinin Yaşlarına Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	18 - 25	26 - 34	35 - 49	50 ve üzeri
Tamamen Katılmıyorum	1	-	1	1
	14,3%	-	2,3%	8,3%
Katılmıyorum	1	2	5	6
	14,3%	5,4%	11,4%	50,0%
Kararsızım	-	2	2	-
	-	5,4%	4,5%	-
Katılıyorum	4	20	16	2
	57,1%	54,1%	36,4%	16,7%
Tamamen Katılıyorum	1	13	20	3
	14,3%	35,1%	45,5%	25,0%
Toplam	7	37	44	12
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.62’ye ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 25,709 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcilerin erkeklere göre iş ahlaki kurallarına daha uygun davranmasına ilişkin yaşadığı sorunlar ile kadın girişimcilerin yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Verilere bakıldığında 26-34 yaşları arasındaki kadın girişimcilerin %89’nun erkeklere göre iş ahlaki kurallarına daha uygun davrandığı için sorun yaşadığı görülmekle birlikte 35-49 yaşları arasındaki kadın girişimcilerin

%81'nin erkek girişimcilere göre iş ahlakı kurallarına daha uygun davrandığı için sorun yaşadığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin yaşları arttıkça erkeklere göre iş ahlakı kurallarına daha uygun davrandıkları için ortaya çıkan sorunların azaldığı görülmektedir.

Tablo 4.62'deki verilere bakıldığında, kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre iş ahlakı kurallarına daha uygun davranmasına ilişkin yaşadığı sorunların kadın girişimcilerin yaşlarına göre ilgili olduğu görülmektedir.

H₂₄ : “Bir kadın girişimcinin, işini kurarken kadın olmaktan dolayı bazı zorluklarla karşılaştıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin aile çevresindeki girişimci olan kişilere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.63'de görülmektedir.

Tablo 4.63. Bir Kadın Girişimcinin İşini Kurarken Kadın Olmaktan Dolayı Karşılaştığı Zorluklarla İlgili Görüşlerin Kadın Girişimcinin Aile Çevresinde Girişimci Olan Kişilere Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	Var	Yok
Kesinlikle Katılmıyorum	10	5
	19,4%	11,6%
Katılmıyorum	25	9
	47,6%	19,1%
Kararsızım	3	-
	14,6%	-
Katılıyorum	25	17
	10,5%	58,8%
Kesinlikle Katılıyorum	2	4
	9,1%	12,5%
Toplam	65	35
	100,0%	100,0%

Tablo 4.63'e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 27,622 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 12 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden

($\chi^2 = 21,03$) büyük çıktığı için; kadın girişimcinin işini kurarken kadın olmasından dolayı karşılaştığı zorluklar ile kadın girişimcilerin aile çevresinde girişimci olan kişilere göre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Aile çevresinde kadın girişimci olan girişimcilerin %66'sı işini kurarken kadın olmaktan dolayı zorluklarla karşılaşmasına katılmazken; aile çevresinde girişimci olmayan kadın girişimcilerin %71'i işini kurarken kadın olmaktan dolayı zorluklarla karşılaşmıştır. Aile çevresinde girişimci olan kadın girişimciler işlerini kurarken zorluklarla karşılaşmamış, ailelerinden maddi ve manevi destek almışlardır.

Tablo 4.63'deki verilere bakıldığında; kadın girişimcilerin işini kurarken kadın olmasından dolayı karşılaştığı zorluklar; kadın girişimcinin aile çevresindeki girişimci olan kişilere göre farklılık göstermediği görülmüştür.

H₂₅ : “Kadın girişimcinin kredi veya çek defteri alırken bankaların daha temkinli davrandıklarına ilişkin görüşlere katılım düzeyleri; kadın girişimcinin aylık ortalama gelirine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Hipotezine ilişkin bulgular tablo 4.64'de görülmektedir.

Tablo 4.64. Kadın Girişimcinin Kredi veya Çek Defteri Alırken Bankaların Daha Temkinli Davranmalarına İlişkin Görüşlerin, Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Gösterdiği Farklılıkların Dağılımı

	1000- 1499	1500-1999	2000-2900	2500-2900	3000 +
Kesinlikle Katılmıyorum	3	4	7	1	-
	8,6%	14,3%	25,9%	11,1%	-
Katılmıyorum	16	13	10	4	1
	45,7%	46,4%	37,0%	44,4%	100,0%
Kararsızım	7	2	4	-	-
	20,0%	7,1%	14,8%	-	-
Katılıyorum	7	9	6	3	-
	20,0%	32,1%	22,2%	33,3%	-
Kesinlikle Katılıyorum	2	-	-	1	-
	5,7%	-	-	11,1%	-
Toplam	35	28	27	9	1
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.64'e ilişkin χ^2 analizinde χ^2 değeri 13,879 çıkmıştır. Bulunan ki-kare değeri ile serbestlik düzeyi (df) = 16 ve $\alpha = 0,05$ önem düzeyinde kritik χ^2 değerleri tablosundaki değer karşılaştırılmış, hesaplanan χ^2 değeri tablodaki değerden ($\chi^2 = 26,30$) küçük çıktığı için; kadın girişimcinin kredi veya çek defteri alırken bankaların daha temkinli davranmaları ile kadın girişimcilerin aylık ortalama gelirleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Oysa ki, bankalar gelir düzeyi 3000 YTL ve üzerinde olan kadın girişimciyle gelir düzeyi 1000-1499 YTL arasında olan kadın girişimciye aynı yaklaşımda bulunmamaktadırlar.

Tablo 4.64'deki verilere bakıldığında; kadın girişimcinin kredi veya çek defteri alırken bankaların daha temkinli davranmasının kadın girişimcinin aylık ortalama gelir düzeyi ile farklılık göstermediği görülmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Toplumsal değişim ve gelişimle birlikte girişimcilik unsuru hemen hemen her dönemde çok önemli yere sahip olmuştur. Girişimci, kendi bilgi ve yetenekleri ile birlikte emek, sermaye, doğal kaynaklar ve hammaddeyi bir araya getirerek üretim ve dağıtım süreçlerini gerçekleştirip yöneten kişidir. Türkiye girişimcilik konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Genç, sağlıklı, başarılı nüfus yapısı bu potansiyelin başlıca kaynağını oluşturmaktadır.

Kadınların çalışma yaşamına katılmaları, tarihsel süreçte hızlanmış ve günümüz ekonomisinde kadın işgücünün sayısal yoğunluğu artmaya başlamıştır. Toplumsal değişim ve gelişimle ülkemizde girişimcilik unsuru ön plana çıkmış, kadınların çalışma yaşamına katılmalarıyla birlikte girişimcilik daha da önem kazanmış ve ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve sosyal gelişmenin temel faktörü olarak değerlendirilmeye başlanmıştır.

Kadın girişimci kavramı ülkemizde son 15 yıl içinde kendisini göstermekle birlikte, Türkiye nüfusunda yüzde olarak kendi hesabına çalışan ya da işveren olan kadın girişimcilerin bu nüfus içerisindeki payı oldukça azdır. Oysa ki; kadın girişimciler ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasında büyük önem taşımaktadırlar. Girişimci olarak kadınları işin kurulmasında ve sonrasında bir takım sorunlar beklemektedir. Kadın girişimciler işletmeyi kurarken sermaye temini, işyeri arama, kiralama, mal temini, donanım araç-gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler, acemilik, yalnızlık, toplumun genel olarak kadınlarla ilgili düşünüş ve inanışlarından kaynaklanan bazı sorunlar yaşamaktadır.

Kuruluş aşamasından sonra ise, ekonomik sorunların yanı sıra, kaliteli ve ucuz hammadde temini, kalifiye eleman bulamama, müşteri azlığı, piyasadaki istikrarsızlık ve pazarlama ile ilgili sorunlar ortaya çıkmaktadır. Kadın girişimciler ayrıca, kendi kontrollerinin dışında gelişen enflasyon, yasal düzenlemeler, yüksek faiz oranları gibi

sorunlarla da mücadele etmektedirler. Araştırmamızda kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ortaya konularak ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinde bulunulmaya çalışılmıştır.

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara çözüm önerileri bulmak amacıyla Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 100 kadın girişimciyle yapılan anket sonuçları şu şekilde özetlenebilir:

- Kadın girişimcilerin çoğu 40-55 yaşları arasındadır.
- Kadın girişimcilerin çoğunun eğitim düzeyi lisans mezunu olmalarıdır.
- Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu evli olup; çocuğu yoktur.
- Kadın girişimcilerin çoğunun aylık ortalama geliri 1000-1499 YTL arasında değişmekte olup, girişimcilik yaptıkları sektör tekstildir.
- Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun aile çevresinde girişimci vardır.
- Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu girişime başlamadan önce özel sektörde çalışmış olup, 6 ila 14 yıldan beri girişimcilik yapmaktadırlar.
- Kadın girişimcilerin çoğu işini kurarken kadın olmalarından dolayı zorluklarla karşılaşmamış, ancak işini kurduktan sonra kadın olmalarından dolayı bazı zorluklarla karşılaşmışlardır.
- Kadın girişimcilerin çoğu erkek elemanlarının üzerinde otorite kurmakta zorluklar yaşamaktadır.
- Kadın girişimcilerin çoğu erkek girişimcilere göre danışmanlık şirketlerinden daha fazla yararlanmaktadırlar.
- Kadın girişimciler erkek girişimcilere göre eğitim amaçlı projelere daha az davet edilmektedirler.
- Kadın girişimcilerin çoğu elemanları hakkında karar verirken bazı durumlarda duygusal davranabilmektedir.
- Kadın girişimcilerin çoğu işe eleman alırken kalifiye elemanları işletmeye çekmekte zorlanmaktadırlar.
- Kadın girişimcilerin çoğu donanım, araç-gereç ve mal temini gibi konularda erkek girişimcilere göre daha fazla zorluklar yaşamaktadır.

- Kadın girişimcilerin çoğu kredi veya çek defteri alırken bankaların kendilerine temkinli yaklaştıklarını ve bu nedenle sorun yaşadıklarını düşünmektedirler.
- Kadın girişimcilerin çoğu gayri menkullerinin erkeklerin üzerinde olması nedeniyle bankalarca istenilen gayri menkul kefaletini bulmakta zorlanmaktadır.
- Kadın girişimcilerin çoğu iç-dış fuarlara, toplantılara ve seminerlere katılmakta zorlanmaktadır.

Araştırmanın teorik ve uygulama kısmında bulgular dikkate alınarak yaşanmakta olan sorunlara ilişkin 25 tane anlamlı hipotez kurulmuş, bunların 16 tanesi kabul edilmiş ve 9 tanesi de red edilmiştir. Bulunan bu sonuçlara göre ankete katılan kadın girişimcilerin yaşadığı ve genel olarak karşılaştıkları sorunlara yönelik şu çözüm önerileri getirilmiştir:

- Girişimci olarak faaliyet gösteren kadınlar, kendi alanlarında birlik oluşturarak organize olmalı, uluslararası kişi ve kuruluşlarla işbirliği yapıp görüş alışverişinde bulunarak kendilerini geliştirmeleri sağlanmalıdır.
- Kadın girişimciler gelişen bilim ve teknolojiyi yakından takip etmelidirler.
- Ülkemizde kadın girişimciliğin yeni yeni yaygınlaştığı dikkate alındığında; kadın girişimcilerin kendilerini tanıtmaları ve diğer kadınlara teşvik edici olmaları konularında ilgili kurum ve kuruluşlardan destek verilmeli, sektörlerinde karşılaştıkları problemlere (pazarlama, donanım, araç-gereç, mal temini, mali sorunlar, kalifiye eleman bulamama vs.) yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Kadın girişimciliği engelleyen kredi koşullarının kolaylaştırılması, kredi miktarının sembolik olmaktan çıkarılması, faizlerin düşük tutulması ve teminat koşullarının hafifletilmesi gerekmektedir.
- Vergiler konusunda yeni düzenlemelere gidilmesi; kadın girişimcileri desteklemeye yönelik fonların oluşturulması gerekmektedir.
- İşin kurulması ve yürütülmesi aşamalarında bürokratik işlemlerin mümkün olduğu kadar kısaltılması ve hızlandırılması gerekmektedir.
- Eğitim programlarının iş kurmaya yönelik, girişimcilik için alt yapı oluşturacak şekilde hazırlanması ve kadın girişimcilere kısa süreli kurslar halinde sunulması gerekmektedir.

- Kitle iletişim araçlarından yararlanılarak kadın girişimcileri destekleyecek programlar hazırlanmalıdır.

- Hane halkı sorumluluklarının aile üyeleri arasında etkin bir şekilde paylaşılması, kadınların sadece eş ve anne olarak rollerinin olmadığı bilincine varılması gerekmektedir.

- Toplumda kadın girişimcilere destek verilmeli, cinsiyetlerinden ötürü kadın - erkek ayrımcılığının yapılmaması, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara çözüm önerileri açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AÇIKGÖZ Ruhi, **Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo Kültürel Faktörler**, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Ankara, Haziran, 1995.

AKAT İlter, BUDAK Gönül, BUDAK Gülay, **İşletme Yönetimi**, Barış Yayınları, 4.Baskı, İzmir, Nisan, 2002.

AKDEMİR Ali, **Girişimcilik Kültürü**, Kütahya, 1996.

_____, **İşletme Bilimine Giriş**, 1.Baskı, Birlik Ofset Yayıncılık, Kütahya, 1996.

ALTAN Mehmet, **Süperler ve Türkiye**, AFA Yayınları, İstanbul, 1986.

ALTINEL Aypar , **Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli**, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Müdürlüğü, Ankara, 1993.

ALPAY Yalçın, **Tarihsel Açıdan Toplumsal Değişim ve Türk Girişimciliği**, Ankara, 2000.

ANKARMAN Kırım, **Yeni Dünya’da Strateji ve Yönetim**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2.Baskı, 1998.

ARAT Necla, **Türkiye’de Kadın Girişimcilik**, TES-AR Yayınları, Ankara,1993.

AYDIN Yalçın , **Türkiye İktisat Tarihi**, Ayyıldız Matbaası, Ankara, 1979.

AYTAÇ Serpil vd., **Çağdaş Sanayi Merkezlerinde Kadın İşgücünün Konumu**:Bursa Örneği, TİSK Yayını, No:219, Ankara, 2002.

BAŞAR Mehmet, TOSUNOĞLU B.Tuğberk, DEMİRCİ Emre, **Girişimcilik ve Girişimciliğin Yol Haritası İş Planı**, Eskişehir Ticaret Odası Yayını, Eskişehir, 2001.

BARKER Alan, **Yenilikçiliğin Simyası**, MESS Yayınları, Çev: Ahmet Kardam, İstanbul, Aralık, 2002.

- BAŞ Türker, **Anket**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2001.
- BUĞRA Ayşe, **Devlet ve İş Adamları**, İletişim Yayınevi, İstanbul, 1995.
- BÜYÜKÖZTÜRK Şener, **Veri Analizi El Kitabı**, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2003.
- CAN Halil, TUNCER Doğan, AYHAN Yaşar, **İşletme ve Yönetim**, Aslımlar Basımevi, 1984.
- CASSON Marc, **Entrepreneurship**, An Elgar Reference Collection, 1990.
- CEDEFOB, **Kadınların İş Hayatına Arttırmaları Üzerine Milletlerarası Çalışma**, Devlet Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1985.
- ÇELEBİ Nilgün, **Bağımsız İş Yeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri**, T.C.Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Ankara, 1993.
- ÇELEBİ Nilgün, SALLAN Songül, **Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler**, Ankara, 1997.
- ÇELİK Adnan, DEMİRCİ Tahir, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 1998.
- ÇETİNDAMAR Dilek, PINARCIOĞLU Melih, **Türkiye'de Girişimcilik**, Lebib Yalkın Yayınları Ve Basım İşleri A.Ş., TÜSİAD, Aralık, 2002.
- DİNÇER Ömer, FİDAN Yahya, **İşletme Yönetimine Giriş**, İz Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul, 1995.
- DOĞRAMACI Emel, **Türkiye'de Kadının Dünü ve Bugünü**, Türkiye İş Bankası Yayınları, Yayın No:300; Ankara, 1997.
- DOLGUN Uğur, **Girişimcilik**, Alfa Basım, 1.Baskı, İstanbul, Ağustos, 2003.
- DOLLİNGER Marc J., **Entrepreneurship**, Second Edition, 1999.
- EKE Ali Erkan, **Müteşebbislik**, KOSGEB Yayınları, Ankara, Kasım, 1993.
- ERÇETİN Ş.Şule, **Lider Sarmalında Vizyon**, Nobel Yayın, 2.Baskı, Ankara, Temmuz, 2000.
- ERDOĞAN İlhan, **İşletmelerde Davranış**, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1983.
- EROL Eren, **Yönetim ve Organizasyon**, Beta Yayınları, 5.Baskı, İstanbul, Ocak, 2001.

- EYÜBOĞLU Dilek, **Girişimciliğin Geliştirilmesi**, MPM Yayınları, Ankara, 2003.
- GERBER Michael E., **Girişimcilik Tutkusu**, Sistem Yayıncılık, Çev: Tayfur Keskin, Şubat, 1997.
- GÜROL Mehmet Ali, **Türkiye’de Kadın Girişimci Ve Küçük İşletmesi**, Atılım Üniversitesi Yayını, Ankara, Ekim, 2000.
- GÜMÜŞ Mustafa, **Yönetimde Başarı İçin Altın Kurallar**, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 1995.
- HISRICH R., MİCHAEL P.Peters, **Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise**, Third Ed, Richard D.Irvin Inc, 1985.
- JOSEPH Straub T., **Ekip Kurma ve Yönetme**, Hayat Yayınları, Çev.Savaş Şenel İstanbul, Ocak, 2002.
- İ.İ.B.K., **Değişen Bir Toplumda Kadınların İstihdam İmkanlarının Geliştirilmesi**, Ankara, 1990.
- İNAN Afet, **Devletçilik İlkesi ve Türkiye Cumhuriyetinin Birinci Sanayi Planı**, Türk Tarih Kurumu Yayınları, XVI Seri, Sayı14, Ankara, 1997.
- İstanbul Mülkiyeliler Derneği, **Örgütsel Çalışma ve Kadınlar**, İstanbul.1999.
- KARADUMAN Emine, **Ekonomik Kalkınmada Finansman ve Organizasyon**, Maliye ve Gümrük Bakanlığın APKK Başkanlığı, Yayın no:1993 / 328, Ankara, 2002
- KARALAR Hakan, **Ülkemizde Girişimcilik ve Risk Sermayesi**, ANGIAD Yayınları, Ankara, 1992.
- KARASAR Niyazi, **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, 8.Basım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara1998.
- KASAPOĞLU Aytül, Aile Yapısı: **Demografik Özellikler, Gecekonularda Aileler Arası Geleneksel Dayanışmanın Çağdaş Organizasyonlara Dönüşümü**, T.C.Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Başkanlığı, Ankara,1993.
- KINAY Hamdi Uğur, **Küçük Yatırımlara Başlama Rehberi**, Halk Bankası Yayınları, Ankara, 1994.
- KORAY Meryem, **Çalışma Yaşamında Kadın Gerçekleri**, Basisen Eğitim Kültür Yayınları, İzmir, No.23, 2000.
- KOSGEB, **Sorunları ve Çözüm Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Önerileri**, Ankara, 1996.

KÜMBETOĞLU Belkıs, **Kadın,Çalışma ve Evde Üretim, Dünya’da ve Türkiye’de Güncel Sosyolojik Gelişmeler**, Sosyoloji Derneği, Ankara, 1994.

LİMAN Figen, **Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve İngiltere’de Kadın Girişimciliğin Gelişimi, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli,Devlet Bakanlığı Kadın ve Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi**,Yayın no.74, Ankara, 2000.

MORTAN K.,CÜCELOĞLU Ö.,ALPASLAN T., **Türkiye’de Girişimcilikle İlgili Sorunlar ve Çözümler**, TUSİAD, 2001.

MÜFTÜOĞLU M. Tamer, **Girişimcilik**, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın No:18, 5. Baskı, Eskişehir, Kasım 2000.

MÜFTÜOĞLU Taner, ALP Sinan, **Yeni Yüzyılda Girişimci Ruhu ve KOBİLER**, Ortak Konferanslar Dizisi, Kitap-5, TOBB Yayınları, İstanbul, 2001.

MÜFTÜOĞLU Taner, **Girişimcilik ve Kobil’er**, Gazi Kitapevi, Ankara, Şubat, 2004.

SABUNCUOĞLU Zeyyat, TOKOL Tuncer, **İşletme I-II**, Furkan Ofset Yayıncılık, Bursa, 1997.

SİEGEL Sidney , **Nonparametric Statistics For The Behavioral Sciences**, McGraw-Hill, New York, 1988.

ONARAL Melek Yüksel, **Türk İş Hukukunda Kadın-Erkek Eşitliği**, Beta Yayınları, İstanbul, 2000.

T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, **İstatistiklerde Kadın**, D.İ.E Yayınları, No.1520, Ankara, 2000.

T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, **Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi**, Ankara, 1995.

T.C.Milli Eğitim Bakanlığı, **Girişimcilik Kursu Eğitim Programı**, Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü, Halk Eğitim Merkezleri, Kurslar Şubesi, Ankara, 1994.

Tekin Mahmut, **Girişimcilik**, Damla Ofset Matbaası, Konya, 1999.

TİTİZ Tınaz, **Girişimcilik**, İnkılap Kitapevi, Ankara, 1994.

TOKAT Bülent, ŞERBETÇİ Derya, **İşletmecilik Bilgisi**, 3.Baskı, İstanbul,1998.

TOPRAK Zafer, **Milli İktisat-Milli Burjuvazi**, Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, Eylül, 1995.

TUGİAD, **Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri**, Simge Ofis Matbaacılık, Şubat 1993.

TUTAR Hasan, KÜÇÜK Orhan, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Seçkin Yayıncılık, 1.Baskı, Ankara, Ağustos, 2003.

TÜSİAD, **Türkiye’de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler**, TÜSİAD Yayınları, Ekim, İstanbul, 1987

TÜSİAD, **Kadın – Erkek Eşitliğine Doğru SİAD, Kadın – Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş, Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset**, TÜSİAD Yayın No: T / 2000 / 290, İstanbul, 2000

Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu, Esnaf ve Sanatkarlar ve Küçük İşletmeler Açısından Kadın Girişimciler, Türkiye’de Kadın Eğitimi Birinci Uluslar arası Konseyi İçin Hazırlanan Çalışma, Ankara, 1992.

Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Araştırma ve Geliştirme Bölümü, Kadın Girişimciler Konulu Araştırma Sonuçları, Ankara, 1993.

Türkiye Ticaret Sanayi Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, **Türkiye’de Ekonomik Yapı Değişmeleri**, Ankara, 1989.

TÜRKEKEL Asuman Uluçınar, **Globalleşen Dünyanın Süper Yöneticilerine**, Türkmen Kitapevi, İstanbul, 1999.

ULUDAĞ İlhan, SERİN Vildan, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Yapısal ve Finansal Sorunları ve Çözümleri**, İTO Yay. No:1991-25, 1991.

UNAT Nermin Abadan, **Türk Toplumunda Kadın**, Ekin Yayınları, İstanbul, 2.Baskı, 1982.

ÜLGENER F.Sabri, **İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası**, Der Yayınları, İstanbul, 1991.

YILDIZ Ecevit, **Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeğinin Konumu ve Değişen Biçimleri, Kadın Bakış Açısından 1980’ler Türkiye’sinde Kadın**, İletişim Yayınları, Ankara, 1990.

SÜRELİ YAYINLAR

AKTOPRAK Doruk, Meltem Kurtsan Röportaj, ‘ **Peki Niye Öyleyse Girişimciler Hep Erkek ?**’ Sivil Toplum, Sayı.2, 2005.

ARAT Melih, ‘**New York’tan Girişimcilik Notları**’, Zaman Gazetesi, 09.01.2005.

Devlet Bakanı Nimet Çubukçu ‘**Hane İçinde Üreten Kadınlar da Girişimcidir.**’, Röportaj, Sivil Toplum Dergisi, Yıl.3, Sayı:10, Temmuz, 2005.

FORELLE Lorry, ‘**Girişimcilik Üzerine Dersler (Röportaj)**’, Power Dergisi, Kasım, 1997.

“Girişimcilik Kültürü”, **Ekonomik Denge Dergisi**, Ankara Ticaret Odası Yayını Organı, Sayı 8, Eylül-Ekim 1997.

KAVİ Hüsamettin, ‘2000’li Yıllarda Girişimciliğin Önemi’, **Mercek Dergisi**, Sayı:17, Ocak 2000.

KINAY Uğur, ‘Sosyo Kültürel Ortamın Girişimcilere Etkileri’, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı: 12, 1998.

KORKMAZ Sezer, “Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, **Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F.Dergisi**, Sayı: 18, 2000.

MÜFTÜOĞLU Tamer, TUNCEL Asude, AKBULUT Yağmur, ‘Tarihi Gelişim Süreci İçinde Türkiye’de Girişimcilik’, **İlim ve Sanat Dergisi**, Sayı:43, Mart, 1997.

MÜFTÜOĞLU Tamer, ‘**Dünyadaki Gelişmeler Işığında Türkiye’de Girişimcilik Paneli**’, Açılış Konuşması, KOSGEB Yayınları, Ankara, 16 Nisan 1993.

_____, ‘Osmanlı Döneminde Türk Girişimciliği’, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı: 6, 1997.

_____, ‘Cumhuriyet Dönemi Türk Girişimciliği-I’, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı: 8, 1997.

_____, ‘Cumhuriyet Dönemi Türk Girişimciliği-II’, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı:9, 1997.

_____, ‘Cumhuriyet Dönemi Türk Girişimciliği-III’, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı:10, 1997.

SALİ Ali (Rekabet Kurulu 2.Bşk.) Prof.Dr.Tamer Müftüoğlu ile ‘Girişimcilik

Üzerine', **Çerçeve Dergisi**, Nisan, 1998.

ŞENCAN Hüner, 'Modern Kavramların Dilini Maveria Yönelimli Toplum Bilincine Uyarlama ve Benzetişim Sürecinde Girişimcilik', **İlim ve Sanat Dergisi**, Sayı:43, Mart 1997.

ÖZKAN Şule, GÜNDOĞDU Fatma, EMSEN Ö.Selçuk, AKSU Hayati, BAŞAR Sinan, KOBİ'lerde Girişimcilik-Yenilikçilik:Türkiye'de Gelişmiş ve Az Gelişmiş Bölge Düzeyinde Bir Analiz, **Atatürk Üniversitesi Yayınları** No:29, Erzurum.Nisan 2003.

TEKİN Mahmut, 'Girişimcilik Kültürü', **İş Fikirleri Dergisi**, Dünya Süper Veb Ofset, Yıl. 2, Sayı:19, 1998.

"Ulusal Girişimcilik Kongresi", **Finansal Forum**, İstanbul, Mayıs, 2003.

YEKİN Mahmut, Girişimci Yetenekleri ve Eğilimi, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı :18, 1998.

YILMAZ Aygüden, 'Eğitimin Toplumsal Faydaları', **Dünya Gazetesi**, İstanbul, Temmuz, 2003.

TEZLER

Aytekin Altıparmak, '**Müteşebbis Kavramı ve Tanzimattan 1932 'ye Türkiye'de Müteşebbis Sınıfının Gelişimi**', Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 1993.

DANSIK Şakir, "Türkiye'deki Girişimci Profili", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2001.

Kopu H., "2001 Orta ve Güneydoğu Anadolu'da Yaşayan Girişimci / Yöneticilerin Yaşamı ve Girişimcilik Değerleri", **Marmara Üniversitesi**, Doktora Tezi, İstanbul, 2000.

GÜLCAN Saadettin, 'İşletmelerde Kadın-Erkek Ayrımcılığı ve Cinsel Taciz', **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya, 2004.

UFUK Hatun, 'Kadın Girişimcilerin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili (Ankara Örneği)', Yüksek Lisans Tezi, **Ankara Üniversitesi Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Bölümü**, 1997.

YALÇIN Yılmaz, 'Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesi Gereklidir. Tezine Bir Model Önerisi: İş Kurma ve Yatırım Danışmanlığı Kurulu', **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi, 1998.

ZÖHRE Berrin, "Girişimcilik", **Çukurova Üniversitesi Osmaniye Meslek Yüksek**

Okulu, Ön Lisans Tezi, Osmaniye,1998.

İNTERNET KAYANAKLARI

AKDEMİR Ali , “**Entelektüel Liderlik**”,
http://www.yenibir.com/articledisplay_kendizitanıym,(18.01.05)

ARIDURU Ayşen, ‘**Girişimcilik Neden Önemlidir ?**’,www.fortune.kariyer eğitim ve danışmanlık,(03.06.2004)

ATİK Selahattin, “**Kültürün Girişimciliğe Etkisi**”
www.kho.edu.tr/yayınlar/bilimdergisi/bilimder/doc/2002-3/4_bilder.doc.(26.02.05)

ÇETİNDAMAR Dilek , ‘**Risk Sermayesi, Girişimcilik ve Türkiye’nin Geleceği**’,
www.tugiad.org.tr/bultendosya/DİLEKCETİNDAMAR2[1].p.d.f.

DABAN Yahya, ‘**Girişimcilik Kültürü**’,
www.daban.8m.com/kobi26.htm,(05.09.2005)

Kagider, ‘**Bazı İstatistikler**’,www.kagider.com.tr (23.10.2005)

KASAPÇI Adnan,“**Girişimcilik Üzerine-Yitik Değerlerimize Kısa Bir Yolculuk**”,
www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl/gos.php.nt=518

Girişimde Kadın Olmak, www.kadinportakal.com.tr,(09.11.2005)

ÖZKAN Mehmet, ‘**Sorun Çözmek ve Karar Vermek**’,
http://www.danismend.com.trç.(28.01.2006)

Gençbaşarı Eğitim Vakfı,www.gencbasari.org.tr.(05.06.2005)

TÜSİAD Basın Bülteni ‘**Türkiye’de Girişimcilik Özet Bulgular**’,www.tusiad.org.tr,
(27.02.2004)

TUSİAD, **Avrupa’da Girişimcilik**,
www.tusiad.org./turkish/rapor/yeşilkitap/yeşilkitap.pdf.

YILDIZ Barış,“**Girişimcilik Bir Hedef mi? Yoksa Bir Tutku mu ?**”
www.ytukvk.org.tr/arsiv/barisyildiz1.ht.(01.07.2003)

YILMAZ Hüseyin, “**Bilgi Çağı Sonrası Liderlik Modeli Olarak Entelektüel Liderlik**”,http://www.ceterisparibus.net/arsiv/h_yilmaz3.htm.,(25.06.04)

<http://btae.mam.gov.tr/btaesog.html> (17.08.2005)

www.btso.gov.tr (11.10.2005)

www.d.i.e.gov.tr (18.10.2005)

<http://www.girisimciliknetwork.gen.tr/uyeler/mkd/html/>(10.10.2005)

[http://www.kagider.com.tr./](http://www.kagider.com.tr/)(10.09.2005)

[http://www.kssgm.gov.tr.](http://www.kssgm.gov.tr/)(19.08.2005)

<http://www.kosgeb.gov.tr> (27.11.2005)

<http://meksa.organizational.tr/zigem.htm> (19.12.2005)

<http://meksa.organizational.tr/kgf.htm> (19.12.2005)

<http://meksa.organizational.tr/forum.htm> (19.12.2005)

<http://www.tubitak.gov.tr/tideb/misyon.html/> (10.12.2005)

<http://www.vakifrisk.com.tr/hakkında.html> (09.08.2005)

YAYINLANMAMIŞ ARAŞTIRMALAR

EYÜBOĞLU Dilek, **Anadolu Sanayinde Girişimci Özellikleri**, Milli Prodüktivite Merkezi, Yayınlanmamış Araştırma, Ankara, 2000.

KONFERANS VE PANEL NOTLARI

EYÜBOĞLU Dilek, **Başarı Açısından Girişimciliğimizin Tarihsel Gelişimi Konferansı**, Milli Prodüktivite Merkezi Ege Bölge Müdürlüğü, Verimlilik Haftası Etkinlikleri, İzmir, 25.02.2002.

KOSGEB, **Türkiye’de KOBİ’lerin Girişimcilik Eğitimi İhtiyacı**, Uluslararası Semineri, ODTÜ Kongre ve Kültür Merkezi, Ankara, 2003.

“Dünyadaki Gelişmeler Işığında Türkiye’de Girişimcilik Paneli”, KOSGEB Yayınları, 16 Nisan 1993.