

T.C.
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYEDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİNDE DEVLET DESTEKLERİ
GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ ALAN KADIN GİRİŞİMCİLERİN ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SELEN ÇELİKÖZ

Anabilim Dalı : İşletme
Programı : İşletme

Tez Danışmanı
Yrd.Doç.Dr. Süleyman Kadri Mirze

Ekim, 2017

T.C.
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYEDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİNDE DEVLET DESTEKLERİ
GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ ALAN KADIN GİRİŞİMCİLERİN ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SELEN ÇELİKÖZ

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih :

Tezin Savunulduğu Tarih :

Tez Danışmanı : Yrd.Doç.Dr. Süleyman Kadri Mirze

Jüri Üyeleri : Prof.Dr. Mahmut Paksoy

Doç.Dr. Muhteşem Baran

Ekim, 2017

Öz

KOBİ'lerin gelişiminde Devlet destekleri ve alternatif finansman kaynakları fırsat noktaları olarak görülmektedir. Bu çalışma ülkemizde girişimciliğin geliştirilmesi amacıyla, girişimci adaylarının devlet destekleri ve alternatif finansman kanalları konuları ile girişimciliğin türleri ve işlevleri konusunda bilgilendirilmesini hedeflemektedir. Unutulmamalıdır ki, tüm girişimci adayları gibi kadın girişimciler kolaylıkla finansman sorununu çözemedikleri için ciddi zorluklar yaşamakta, paranın kaynağına kredi olarak dahi bile olsa ulaşamamaları önemli zorluk yaratmaktadır. Ayrıca, çalışma kapsamında girişimci adaylarına girişimcilerin ilerlemesi önünde en büyük engellerden birisi olan ekonomik kaynakların eksikliği ve mevcut finansal kaynaklara erişim zorlukları ile başa çıkmada katkı sağlayacak çözüm önerileri sunulmaktadır. Çalışmada kullanılan yapılandırılmış görüşme formları ile girişimcilerin eğitim seviyelerine göre verdikleri cevaplar ile aldıkları destek miktarları ve çeşitlerinin girişimci adaylarının işletme kurma sürecindeki kararlılıklarına etkileri incelenmiş ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

Bu çalışma kapsamında Türkiye'de Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Destekleri ve Özel Finansman Yöntemlerinin kadın girişimciler üzerinde ki etkileri incelenmiştir.

Öncelikle değerli hocam tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Kadri Mirze , Yrd. Doç. Dr. Mustafa Er, Dr. Neslihan Fatma Er, Arş. Gör. Elanur Türküz'e , Öğr.Gör. Tahir Naci Özoktaş'a Teşekkürlerimi sunarım.

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri kapsamında işbirliği yaptığımız KOSGEB ve İŞKUR Müdürlüklerine, bu zorlu tez süreci boyunca benden desteğini esirgemeyen çalışma arkadaşım Öğr.Gör.İsrafil Yücel'e, tüm eğitim ve çalışma hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen her zaman sevgiyle yanımda olan Aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Abstract

Government funds and other alternative sources of funding play an essential role in the development of Small and Medium Sized Enterprises (KOBIs). The aim of this study is to inform the entrepreneur candidates about the government funds and the other alternative sources of funding. It should be kept in mind that like all other entrepreneur candidates women entrepreneurs suffer from the problem of reaching sufficient amounts of funds to start business. So, this study presents alternative ways to reach the available funding resources to the entrepreneur candidates. Providing the entrepreneur candidates with the strategies to cope with the difficulties in reaching the available funds is also in the scope of this study. Using the structured interview forms, the researcher collected data pertaining to the funds the entrepreneur candidates obtained based on their educational backgrounds and the effects of those on their decision making processes also analyzed and evaluated.

Another objective of this study is to elaborate on the effects of government funds and private funding tools on the development of entrepreneurship and especially women's entrepreneurship in Turkey.

I would like to express my special appreciation and thanks to my advisor Assist.Prof.Dr. Kadri Mirze, he has been a tremendous mentor for me. Furthermore, I would like to extend my sincerest thanks and appreciation to my colleagues Assist.Prof.Dr.Mustafa ER, Dr.Neslihan Fatma Er, Research Assistant Elanur Türküz and Lecturer Tahir Naci Özoktaş who helped me accomplish this study.

Gratitude is extended to executive offices of Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB) and the Turkish Employment Organization (İSKUR) for their sincere cooperation. Thanks are also extended to my friend and lecturer İsrail Yücel. He was always there for me and I will always appreciate the encouragement and good will we shared.

Finally, special recognition goes out to my mother and grandmother, for their support, encouragement and patience during my pursuit of the degrees and hard times in my office. Words cannot express how grateful I am to them for all of the sacrifices that they have made on my behalf.

İÇİNDEKİLER

Öz.....	1
Abstract.....	2
İçindekiler.....	3
Kısaltmalar Listesi	7
Tablolar Listesi	8
Şekiller Listesi.....	9
Giriş.....	10
1.BÖLÜM: GİRİŞİMCİLİK TANIMI, İŞLEVLERİ, TÜRLERİ ve PAZARLAMASI	
1.1. Girişimcilik Kavramı.....	12
1.2. Türkiye’de Girişimciliğin Genel Durumu.....	14
1.3. Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Kuruluşlar.....	16
1.4. Türkiye’de Girişimcilik Süreçleri.....	17
1.5. Girişimciliğin İşlevleri	
1.5.1. Ürün Organize Etme	19
1.5.2. Ürün Çeşitliliğini Sağlama.....	20
1.5.3. İstihdam Yaratma.....	20
1.5.4. Yeni Pazar Alanları ve Satış Modelleri Oluşturma	21
1.5.5. İşletme Sermaye Birikimi	22

1.6. Girişimciliğin Turleri

1.6.1. Kurumsal Girişimcilik.....	22
1.6.2. Profesyonel Girişimcilik.....	24
1.6.3. Teknik Girişimcilik ve Devlet Destekleri.....	24
1.6.4. Çevreci Girişimcilik.....	25

1.7. Girişimciliğin Pazarlama Boyutları

1.7.1. Proaktiflik.....	25
1.7.2. Girişimcilerin Fırsat Odaklılık.....	26
1.7.3. Hesaplanmış Risk Alma.....	27
1.7.4. Müşteriye Yoğunlaşma.....	27
1.7.5. Yenilik Odaklılık.....	28
1.7.6. Kaynak Kaldırıcı.....	29
1.7.7. Değer Yaratma.....	30

2.BÖLÜM: TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ ve DEVLET DESTEKLERİ

2.1. Kadın Girişimciliğine Genel Bakış.....	32
2.1.1. Kadın Girişimciliğin Ortaya Çıkışı.....	33
2.1.2. Kadınları Girişimci Olmaya İten Nedenler	34
2.1.3. Kadın Girişimciliği ve Türkiye’deki Mevcut Durumun Analizi.....	35
2.2. Kadın Girişimciler ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar ve Karşılaştıkları Zorluklar.....	35
2.2.1. Kadın Girişimciler ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar.....	36
2.2.2. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller.....	36
2.2.3. Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimciliğin Karşılaştığı Zorluklar.....	37

2.3. Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar ve Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar	38
2.3.1. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar.....	39
2.3.2. Türkiye’de Kadın Girişimcileri Destekleyen Kamu Kurum ve Kuruluşları.....	40
2.3.3. Kadın Girişimcileri Destekleyen Uluslararası Kuruluşlar.....	40

3.BÖLÜM: BİR VAKIF ÜNİVERSİTESİNDE UYGULAMALI GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ ALAN KADIN GİRİŞİMCİ ADAYLAR ÜZERİNE ANALİZ

3.1. Araştırmanın Amacı Ve Kapsamı.....	42
3.2. Araştırma Hipotezleri.....	43
3.3 Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımlar.....	43
3.4 Araştırma Evren Ve Örneklemi	44
3.5. Veri Toplama Araçları	44
3.6 Verilerin İstatistiksel Analizi.....	45
3.6.1 Uygulama Kullanılan İstatistiksel Yöntemler	45
3.6.1.1 Varyans Analizi (ANOVA)	46
3.6.1.1.1 Tek Yönlü Varyans Analizi	47
3.6.1.2 Kruskal-Wallis Testi	48
3.6.1.3 Spearman Sıra Korelasyon Testi	49
3.6.1.4 Ki Kare(x^2) Testi	50
3.6.1.4.1 Ki Kare (x^2) Bağımsızlık Testi	50
3.7. Araştırmanın Temel Bulguları ve Analizler	
3.7.1 Hipotez 1.....	52
3.7.2 Hipotez 2	53
3.7.3 Hipotez 3	55

3.7.4 Hipotez 4	58
3.7.5 Hipotez 5	59
3.7.6 Hipotez 6	60
SONUÇLAR.....	63
KAYNAKÇA	67



KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.g.e.	: Adı Geçen Eser
EIB	: Avrupa Yatırım Bankası
EIC	: Avrupa Bilgi Merkezleri
EUREKA	: Avrupa Araştırma ve Koordinasyon Ajansı
INSME	: Uluslararası KOBİ Ağı
İŞGEM	: İş Geliştirme Merkezleri
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
P.	: Sayfa
S.	: Sayfa
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TESK	: Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
TOSYÖV	: Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensuplar ve Yöneticiler Vakfı
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
UAPME	: Avrupa KOBİ Destekleme Derneği
UNIDO	: Birleşmiş Milletler Sınâi Kalkınma Teşkilatı
V.s.	: Vesaire
Yy.	: Yüzyıl
WASME	: Dünya KOBİ Destekleme Derneği

TABLULAR LİSTESİ

Sayfa No:

Tablo 1.7.6 Girişimcilerin Kaynak Kullanımı	29
Tablo 3.6.1 Tanımlayıcı İstatistikler	46
Tablo 3.6.1.1 Anova Tablosu	48
Tablo 3.7.1 Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Ait Yüzdeler Değerler.....	53
Tablo 3.7.2 Eğitim Düzeyi ile Girişimcilik Eğitimlerine Katılım Arasındaki İlişkinin Spearman Sıra Korelasyon Sonuçları.....	53
Tablo 3.7.3 Eğitime Katılım Düzeyi ile İş Fikirlerine İlişkin Tek Yönlü ANOVA Testi.....	54
Tablo 3.7.4 İş Yeri Açma Sebebi	55
Tablo 3.7.5 Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Destekleri.....	56
Tablo 3.7.6 Kadın Girişimcilere Ait Kontenjan Tablosu.....	57
Tablo 3.7.7 Ki-kare (χ^2) Test Sonuçları.....	58
Tablo 3.7.8 Yaratıcı Düşünce ve İşletmeye Faydaları.....	58
Tablo 3.7.9 Kadın Girişimcilik Eğitimlerine Katılma Durumu Yaşa Bağlı Olarak..	62
Tablo 3.7.10 Kruskal-Wallis Rank Testi Sonuçları.....	62

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No:

Şekil 3.7.1 Girişimcilik Eğitimleri Alan Kadın Girişimcilere Ait Eğitim Durumu.....	52
Şekil 3.7.2 Girişimcilerin Eğitim Düzeylerine Göre İş Fikri.....	54
Şekil 3.7.3 Kadın Girişimcilerin Yaşadığı Bölgeler.....	60
Şekil 3.7.4 Girişimcilerin Yaş Aralığına Göre Eğitim Seviyesi.....	61



GİRİŞ

Girişimcilik; köklere hayallere dayanan ve değerlerle sonuçlanan bir süreçtir. Diğer bir deyişle hayalleri gerçeğe dönüştürmektir. Girişimcilikte hem soyutluk hem somutluk vardır. Hem düşünsellik hem de eylemsellik vardır. Süreçlerdeki süreklilik girişimciliğin başarıya ulaşmasını sağlar. İnsanoğlu doğumundan itibaren değişime uğramakta ve bu değişimlere paralel olarak yaşamını devam ettirmektedir. Gerek teknolojik gelişmeler ve gerekse ihtiyaçlar temelinde birçok olgu da devinim sürecine girmektedir.

Türkiye girişimciliği, neredeyse Cumhuriyetin kuruluş tarihi aynı yaş ortalaması ile yaşıttır. Osmanlı İmparatorluğunun zamanında, genellikle tarım işleri devlet memuriyetlerini ve askerlik alanlarını meslek alanı olarak seçmişler. Üretim ve imalat alanında yönelim olmamıştır. Üretim ve imalat odaklı işler o dönemde azınlıklar tarafından yönetilmiştir. Türkiye de geçen zaman içerisinde yeni dönemde girişimcilik alanında yeni atılımların yapılması ve girişimci adaylarının sektörlere yakınlık duyması, bunun yanında mevcut işletmesi olan girişimcilerin işletmelerinin geliştirme düşüncesi Türkiye’de gelişime ve sanayi alanında büyüme düşüncesi oluşturmuştur.

Çalışmamızın birinci bölümünde girişimcilik kavramı ve Türkiyedeki genel durumu, girişimciliğin geliştirilmesine yönelik kuruluşlar ve süreçleri anlatılmaktadır. Girişimciliğin gelişmesi ülke ekonomisi açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. “Üretim faktörleri arasında yer alan toprak, emek, sermaye ve teknolojiyi bir araya getiren, risk alan, yenilikleri yakalayan, fırsatları değerlendiren ve dolayısıyla ülke ekonomilerinin motor görevini üstlenen üretim faktörü girişimciliktir.” Bütün fonksiyonları ile ülke içerisinde yapılan bütün girişimler ekonomik kazanç olarak geri dönmektedir. Girişimciliğin işletmeye kazandırdığı ekonomik işlevlerin yanısıra üretime katkı sağlama, istihdam ortamı oluşturma, işletmeler için yeni satış pazarlama alanları yaratma, işletmenin sermaye birikiminin sağlanması, işletmeler için pazarlama boyutları ve girişimcilik türleri çalışmamızın birinci bölüm içerisinde yer alan konulardır.

1 Marangoz Mehmet, Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi,2014,s.1

Çalışmamızın ikinci bölümünde kadın girişimciliği, kadın girişimciliğinin ortaya çıkışı, kadınları girişimci olmaya iten nedenler, kadın girişimci ve erkek girişimci arasındaki farklar ve bu olgulara ait tanımlamalar, türler ve tarihi süreç içerisindeki seyir merceği altına alınmaktadır. Bunların yanı sıra, kadın girişimcilerin ayrıca yararlanabilecekleri uluslararası kuruluşlar, devlet destekleri ile beraber ortaya çıkan istihdam tablosu ayrıntılı biçimde analiz edilmektedir.² Çalışmamızın önemini, ekonomik veriler bazında büyük değer taşıyan girişimcilik faaliyetleri ve girişimciliğin desteklenmesi noktasında ele almak mantıklı olmaktadır. Bir diğer önemli parametre ise, girişimciliğe dikkat çekilmesi ve devlet tarafından uygulanan hibe programları şeklinde tasnif edilmektedir.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde İstanbul Kültür Üniversitesi uygulamalı girişimcilik eğitimleri üzerine bir araştırma yapılmakta ve bu noktada kadın girişimciler örnek alınmış olup onlar üzerinden bir analiz yapılmaktadır.

- ✓ Araştırmaya ait amaç ve kapsam, Veri toplama araçları,
- ✓ Araştırmaya ait sınırlılıklar, Araştırmaya ait temel bulgular,
- ✓ Kadın girişimcilere ait iş fikirleri, Araştırma evren ve örnekleme
- ✓ Kadın girişimcilere ait yaş ortalaması,
- ✓ Kadın girişimcilerin yaşadığı bölgeler,
- ✓ Eğitime katılan kadın girişimcilerin medeni durumlarına göre sınıflandırılması
- ✓ Verilerin istatistiksel analizi

Son yıllarda ortaya çıkan kadın girişimciliği, devletin verdiği destekler, KOSGEB yapılanması ve ortaya çıkan sonuçlar analiz edilmekte; tarihsel açıdan seyir merceği altına alınmakta ve gelecek senaryoları üzerinde durulmaktadır.

² ALPUGAN, O.; *Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*, Der Yayınları,1998, İstanbul.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, İŞLEVLERİ, TÜRLERİ ve PAZARLAMASI

1.1 Girişimcilik Kavramı

Girişimci kavramının herkes tarafından bilinen ilk tanımı, 18. Yüzyılın başlarında Richard Cantillon'un yaptığı tanımdır. Cantillon 1755 yılında basılan "Essai sur la nature du commerce en general" adlı eserinde, girişimcinin risk alma özelliğini vurgulamaktadır. Girişimci kavramı Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say tarafından da kullanılmıştır. Say Cantillon'un tanımını geliştirerek; "girişimcinin risk üstlenme kadar üretim faktörlerini örgütleme ve yönetme niteliklerine de sahip olması gerektiği" üzerinde durmuştur.³

Girişimci kavramını kaynaklar konusunda öngörde bulanarak:

- İşi planlayan,
- İnsan kaynaklarını örgütlemek sureti ile,
- Girdilerin işlenmesini sağlayan,
- Elde edilen çıktıları da karlılık sağlayacak şekilde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren kişi şeklinde ifade etmek mümkün olmaktadır.⁴

Girişimcilik bir eylem, girişimci ise bu eylemi yapan kimsedir. Girişimcilik, içerisinde eylemleri barındıran süreçler bütünüdür. Girişimci, bu eylemlerin tamamında ya da bir kısmında bulunabilir. Girişimcinin sahip olduğu tutum ve davranışlar girişimci olmayanlardan farklıdır. Zaten girişimciliğin tanımlarında da bunlar fark edilmektedir. Fırsatların benimsenmesi, risk almaya hazır olma, yenilik ve değişim için istekli olma, belli başlı girişimci tutumlarından bazılarıdır. Bunlar eyleme dökmek, bunlar için harekete geçmek girişimci davranışını göstermektedir. O halde bir girişimcide hem "girişimci tutum" hem de "girişimci davranış" olması gerekmektedir.⁵

3 ÇETİNKAYA BOZKURT, Özlem/ KALKAN Adnan/ KOYUNCU, Osman/ ALPARSLAN, Ali Murat, 'Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi; Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma', *Süleyman Demirel Üniversitesi SBE Dergisi*, 15 (2012); s.232

4 SİLVER, David A., *Entrepreneurial Life*, Jhon Wiley, New York, 1983, s.7.

Türkiye Genç İş adamları Derneği, *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri*, Simge Ofis Matbaacılık, İstanbul, 1993, s. 3; TINAZ Titiz, *Girişimcilik*, İnkılap Kitabevi, 1994, İstanbul, s. 3-53.

5 ÜRPER, Yılmaz/ TOSUNOĞLU, Tuğberk/ KAĞNIOĞLU, Hakan/ BAŞAR Mehmet/ DEMİRCİ, Emre /SAĞLAM, Necdet, *Girişimci ve İş Kurma*, (Eskişehir: AÖF Yayını, 2012) s.5-6

Bütün bu tanımlamalar ile beraber girişimci bir bütün olması gerekmektedir. Girişimci için yapılan tanımlar iş kurma sürecini ya da üretimini tamamlamaya yardımcı olmaktadır. Girişimci kavramı, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktör olarak kabul edilmektedir. Kendisinin ve başkasının yarattığı yenilikleri ekonomiye kazandıran kişi girişimci olarak kabul edilmektedir. En küçük bir yenilik dahi, üretim sürecinde iyileştirmeler ve üretkenlik artışı sağlayabilmekte ve risk ile belirsizlik ortamında yeni iş kaynaklarını görebilen, fırsatları ve kaynakları kazanca ulaşmak ve büyüebilmek için kullanabilen kişiye “girişimci” denilmektedir.

Girişimciler genelde sorumluluk alan ve bu yönde isteği olan, hesaplanmış risk alan, başarıma isteği güçlü, enerjisi yüksek, fırsatları ve geleceği sezebilen, vizyonunu gerçeğe dönüştürmek isteyen, başarıyı paradan daha çok önemseyen, değişen olaylara dayanabilen, değişiklikleri benimseyebilen ve şartlara adapte olabilen kişilerdir (Bozgeyik, 2005,37).

Girişimcilik ele alındığında, geleneksel ve kavramsal boyutları öne çıkmaktadır. Geleneksel açıdan bakıldığında ise, girişimcilik, bir vizyonu başarılı bir işletme girişimine dönüştüren bireysel çaba olarak tanımlanmaktadır. Kavramsal açıdan girişimcilik ise yeni bir işletmenin kurulması ve işletilmesi olarak anlam ifade etmektedir.⁶

18. Yüzyılın başlarında İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından ilk kez henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlanan girişimciliğin şimdilerde ise çok çeşitli tanımlamaları yapılmaktadır. Genel anlamda girişimcilik:

- Çevresel faktörlerden doğan,
- Fırsatlardan yararlanma şeklinde,
- Yeni fırsatlar yaratabilme amacı ile,
- Ekonomik mal ya da hizmet üretmek için üretim faktörlerine sahip olma,
- Öğütlenme yeteneği,
- Risk alma faktörleri ile bağdaştırılmaktadır.

6 MORIS and P.S. LEWIS, “Entrepreneurship as a Significant Factor in Societal Quality of Life”, Journal Of Business Research, Vol: 23, (1991), s: 22.

Bazı kavramlardan bahsetmek gerektiğinde, yönetici kavramından bahsetmek mantıklı olmaktadır. Örneğin:⁷

- Yöneticinin kar ve zararı sahiplenmesi bile girişimci karşısındaki farklı durumunu ifade eder. Bu sahiplenmeye mesafeli araştırmalar sonucunda ortaya çıkan durum aslında yöneticinin yalnız rota belirleme enstrümanıdır. Girişimci içi ise bu bir enstrümandan öte bir iş yönetim tarzıdır.
 - ✓ Yönetici aslında ücretine mahkumdur. Odaklandığı konu yıllık hedeflere ulaşma şeklindedir.
 - ✓ Çalışanlara iş planında destek, kontrol ve koordinasyon yönetici için temel çabalarıdır.
 - ✓ Yöneticinin çalışanlarına işlerini öğretmesi, mentörlük yapması ve liderliği iş birliği ile desteklenince ortaya olumlu sonuçlar çıkacağı düşünülür.
 - ✓ Yönetici açısından görev ve sorumlulukların açıkça net olarak tanımlanması, kimin hangi zamanlarda nasıl çalışacağına oryantasyonda kesinleştirilmesi yönetici için elzemdir.
 - ✓ Yönetici için aslolan planların gerçekleşmesi iken girişimi uygulamanın dahi yeni fırsatların habercisi olabileceği teyakkuzu içinde tetiktedir.

1.2. Türkiyede Girişimcilik Genel Durumu

Girişimcilik kavramı:

- Emek ve Alınları
- Kaynak Sermayesi
- Doğayı bir araya getirerek üretim sürecinin bir üretim faktörü olarak tasarlanması, örgütlenmesi ve onun tüm riskinin üstlenilmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır.⁸

⁷ AKAD, i. – ÜNEL, N.; 1987. İşletme Yönetimi ve Yönetici, Aydın Yayınevi, İzmir.

⁸ <http://tdk.gov.tr>, 18.12.2016.

Girişimcilerin ekonomiye sağladığı bazı yararlar bulunmaktadır. Bunlar ise:

- İş İmkanları sağlamak,
 - ✓ Öğrencilere, ev hanımlarına yarı zamanlı olarak iş imkanları sunmak,
 - ✓ Kadın istihdamına iş olanakları sunmak,
 - ✓ Azınlık gruplara iş imkanları sunmak,
 - ✓ Emekli olan veya İşten çıkarılan kişilere iş imkanları sunmak,
 - ✓ Eğitim seviyesi düşük olan kişilere iş imkânı sunmak,
- Hizmet kalitesi ve yeni ürünler sunmak,
- Hizmet sunmak, firmalara tedarikçi olmak ve taşeronluk yapmak ve bayilik yapmak,
- Yüksek cirolu firmaların sunmadığı ancak tüketicinin talep ettiği ürün ve tamirat, kuaför, kuru temizleme gibi hizmetleri sunmak,
- Rekabeti arttırmak yolu ile kaliteyi ve çeşitliliği arttırmak şeklinde sıralanmaktadır.⁹

Ülke içerisinde gerçekçi ve düzenli bir girişimci düşünce ortamının oluşmasında katkı sağlayacak gerekli olanaklar şimdiye kadar oluşturulmamıştır. Örnek Çalışmalarda;

- Ülke içerisinde 1999 yılından bu zamana kadar girişimciliğin en önemli kısımlarını oluşturan firmaların %100'e yakın %1,2'lik kısmı küçük ölçekli ve büyük ölçekli firmaları ya da şirketleri oluşturmaktadır.
- ✓ Mevcut işyerleri işsizlik sorunlarına da %45,6'sına çözüm sağlamakta ve bu işsizlik problemini çözüme kavuşturmaktadırlar. Şirketlerin ve firmaların ülke ekonomisine sağladığı destek GSYH içerisinde önemli bir paya sahiptir.
- ✓ Girişimciliğin gelişiminde hukuk alanlarından kaynaklanan eksikliklerden dolayı ülkelerin teknolojik çalışmalarının, rakip analizi sonrasında işletmelerin rekabet edebilme gücünün negatif etkilendiği ülkeler arasında yer alan Türkiye'nin, işletme kuracak kişilerde oluşan girişimcilik düşüncesinin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

⁹ GÜNEY, Semra, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2008, s. 69.

1.3. Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Kuruluşlar

Ülkemizde girişimci adaylarının işletme kurma süreçlerinde sermaye yetersizliği ve nakit eksikliği işletme kurma süreçlerine negatif etki etmektedir. Girişimciliğin geliştirilmesine yönelik kuruluşlar mercek altına alındığında;

- Avrupa Yatırım Bankası (EIB),
- Avrupa Bilgi Merkezleri (EIC),
- Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO),
- Dünya KOBİ Destekleme Derneği (WASME),
- Avrupa KOBİ Destekleme Derneği (UAPME),
- Uluslararası KOBİ Ağı (INSME),
- EUREKA (Avrupa Araştırma ve Koordinasyon Ajansı),
- TÜRKİYE; KOSGEB ve KOSGEB
- TESK, TOBB, TOSYÖV, TÜBİTAK,
- MPM karşımıza çıkmaktadır.¹⁰

Ayrıca:

- Türkiye Sektörde girişimcilik alanında işletmelerin geliştirilmesi ve ilerlemesine yönelik teknolojik ve inovatif katkılar ekleyen
- İşletmeler için ekonomik destek sağlayan:
 - ✓ Ülkelerin işletmelerine katkı için Türkiye Kalkınma Bankası,
 - ✓ Halk bank,
 - ✓ İşletmeler kredi kolaylığı Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş
- Girişimcilik alanında kadın girişimcilerin Türkiye Cumhuriyetinde geliştirilmesi gelişmesi ve ilerlemesi hedeflerinde katkıları olan, bu alanda hizmet veren ÇSGB kurumuna bağlı olan Kadının konumu ve statüsü ile ilgili kurum bünyesi müdürlükler bulunmaktadır.
- Ağırlıklı olarak nitelikli işgücünün temini konusunda çalışan MEK-SA Vakfı;
- Son olarak da girişimciliğin internet ortamındaki gelişmesi ve öneminin geniş kitlelere duyurulmasını amaçlayan Ulusal Girişimcilik Konseyi ve Girişimcilik Ağı.¹¹

¹⁰ <https://egirisim.com/2015/09/12/girisimcilere-tesvik-hibe-destek-veren-kurum-ve-kuruluslar/> / 13.03.2017

¹¹ ÖKTEM, Mustafa Kemal/ AYDIN, Mehmet Devrim/ EKİNCİ, Serdar, 'Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB'in Rolü ve Önemi: Uygulamalı bir çalışma', *Sosyo-Ekonomi* Ocak –Haziran. 2007, s.53.

1.4 Türkiye’de Girişimcilik Süreçleri

Türkiye girişimciliği, neredeyse Cumhuriyetin kuruluş tarihi ile aynı seviyedir. Osmanlı İmparatorluğu zamanında Türkler, genellikle:

- Tarım ve Çiftçilik alanında,
- Devlet kademelerinde memurluk,
- Askerlik alanını kendilerine meslek olarak belirlemişlerdir.

Üretim, sanayi, imalat ve ticari karlılık getiren işler ile pek ilgilenmemişler bu çalışma alanları daha çok azınlıklar tarafından yönetilmiştir. Türklerin girişimciliğe ilgi duymamalarının en iyi göstergesi mevcut işletmelerin yaşları olarak kabul edilmektedir. Yüz yaşını doldurmuş işletme sayısı iki elin parmaklarıyla sayılabilecek kadar az bulunmaktadır.¹²

Cumhuriyetin ilk zamanlarında büyük girişimciler, o dönem koşullarının da getirdiği mevcut durumda büyük girişimci devlet olmuştur. Özel teşebbüslerin kurulmasının da önemine vurgu yapılmış özel sektör girişim ortamları açılması teşvik edilmiştir.

Ancak mevcut sistem içerisinde ülkede altyapıda yenilik yapılmadığı için ekonomi alanında sorunlar ortaya çıkmıştır. Sanayi alanına geçiş yapılamadığı için üretim odaklı iş fikirleri de gerçekleştirilememiştir.

Bunun yanı sıra 1980’li yıllarda ulusal girişimci mantığı ile belli bir girişimci ortaya çıkarma yönündeki arzuların gayretin yanında kamu kurumlarının desteklediği geniş teşvik edici programlar aracılığı ile girişimci rakamlarında önemli artışlar sağlanmıştır. Teşvikler sonrasında olumlu geri dönüş alan girişimciler 1980 yılları sonrası zaman içerisinde Türkiye’de önemine vurgu yaparak 1980 yıllarından sonrasında, sadece girişimcilik alanında değil farklı alanlarda değişim yaşanmıştır.

1990’lı yılların ekonomisinde enflasyon oranlarında yükselişin, ekonominin kötüye gidiş, borç ödemeleri, borçların ödemelerinde faiz konusu ülke ekonomisine ek olarak getirdiği yükler, Türkiye’de girişimcilik alanındaki gelişmelere devlet desteğinin azalmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte işletme kurma sürecindeki girişimciler pozitif düşünceden negatif düşünceye geçmiştir.

12 Alpugan, O. a.g.e. s.

Özellikle hayalet ürün satışı diye tabir edilen hayali ihracat bunun yanında ölü olarak başlamış başlangıç yatırımları vb sebeplerden ötürü girişimcilere yönelik bakış olumsuz bir bakış almış ve girişimcilik ile ilgili alanda negatif düşünceler artmıştır.¹³

İnsanların, adımı bilgi veya iletişim toplumu koyduğu 21. yüzyılda bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak; girişimcinin ve girişimciliğin ekonomik değeri ve toplumdaki önemi oldukça artmıştır. Bunun bir yansıması olarak da bireye ve bireysel yeteneğe dayalı girişimcilik ön plana çıkmış ve insanın entelektüel üretkenlik yeteneği önem kazanmıştır. Buna bağlı olarak;

“2000’li yıllarda girişimcilerinin hangi özelliklere sahip olması gerektiği konusunda bazı sanayici ve işadamlarının görüşleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

- İyi bir eğitim almış,Sermaye birikimine sahip,
- Dünyadaki gelişmelere ayak uyduran,Teknolojiyi yakın takibe alan,
- Yeniliklere açık, Araştırmacı, İleriyi görebilen,Risk üstlenen,
- Yabancı dil bilen,Kararlı,Analiz yeteneğine sahip, Yaratıcı,
- İyi bilir çevreye sahip, Lider, Bilgi birikimine sahip,Kendi pazarını iyi bilen,
- Çok nitelikli kadrolara sahip olan,“Hizmet” anlayışını ön planda tutan,
- Katılımcı yönetime önem veren,Rasyonel, Kaliteye önem veren,
- Çevreye ve insana önem veren,Başarma hırsı olan, Eğitimci, Sabırlı,
- Paylaşımçı, Heyecanlı, Çalışkan, Atılımcı, Takım çalışmasına önem veren,
- Üretici ruhlu, İletişimi güçlü olan şeklindedir.”¹⁴

1.5. Girişimciliğin İşlevleri

Üretimi organize etme, ürün çeşitliliği sağlama, istihdam yaratma, yeni pazar alanları ve satış modelleri oluşturma, işletme sermayesi birikimini oluşturma konuları gelmektedir.

¹³ Öktem/ Aydın/ Ekinci,a.g.e s.51.

¹⁴ AŞKIN, Ayşin, ‘Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi’, *Girişimcilik Kalkınma Dergisi*, 6:2 (2011) s.70.

1.5.1. Üretimi Organize Etme

Girişimcilerin organizasyonel becerileri ve rekabet karşısındaki başarılarını doğrudan ilgilendirmektedir. İşletme organizasyonu ve finansal organizasyon girişimcilerin işletme yönetimi için en önemli unsurlar haline gelmektedir. İşletmeciler den farklı olarak girişimciler işletme dışı kaynakların işletme lehine kullanma kapasiteleriyle öne çıktığı görülmektedir. İşletme lehine kullanma kapasiteleri bir maliyet içermektedir. İşte bu konulardaki becerileri ve bütçeleme kapasiteleri girişimcilerin kendi aralarında bile farklılaşmalarına yol açmaktadır. Girişimcilerin faaliyette bulunmak istedikleri alanlar kendilerine iş gelmesini kolaylaştıracak dış partnerleri bulup kendi hedeflerine bağlamaları, bunun yanında tedarikçi düşüncesi ile dış partnerlere bağlanma sektörde güvenilir olma ve yer edinme ve işletmelerin kredi istihbaratı gibi konuları bankalar başta olmak üzere sektör içindeki bilgi sahibi kişilerin işletme lehine bu bilgilerinden faydalanma koşullarını tesis ettikleri bir gerçektir.

Sektöre girişi yapmak isteyen girişimcilerin piyasadaki zorlu rekabet ortamında piyasaya tutunabilmeleri için ürün ve hizmet fiyatlarını ayarlamakta ve ürün kalitelerini artırmaktadır. Tüketici fiyat seviyesini takip edip kaliteli ürün ve hizmet talep etmektedir. Hizmet ve ürün maliyetlerini minimum seviyeye çekemediği için, alanlarında fiyat ve kalite konusunda rakiplerinin yanında eksi olan girişimlerin hedef pazar içerisinde paylarını kaybetme tehdit ile karşı karşıya kalmaktadır. İşletmelerin rakip analizi yapmamaları kendileri için negatif bir ortam oluşturmaktadır. Girişimcilerin rekabet ortamında, ürettikleri ürünlerin verimli ve kaliteli şekilde yerine getirme zorunluluğu vardır. Ayrıca sağlanan bu girdilerin ve sabit yatırımların organize edilmesi de önemlidir.¹⁵Bunların dışında iç organizasyon becerisi de girişimcileri başarı hikayelerinde önemli farklılıklar yaratmalarını sağlamaktadır. İşletme içinde nihai hedeflerin personelin tamamının hedefi haline getirilmesi tüm işletmeler için vazgeçilmezdir. Girişimciler ilk yıllarda yaşayacakları zorluklarında bilincinde olarak topyekün pazarda rekabetin baskılarına karşı koyma bilincindedir. Onlar bu bilinçle her bir elemanı stratejik hedeflerine odaklayarak bilgi akışı, müşteri memnuniyeti, kontrol prosedür zincirlerinin tamamlanması gibi temel konularda iç organizasyon başarılarını sağlamaktadır.

15 MÜFTÜOĞLU, Tamer/ ÜRPER, Yılmaz/ BAŞAR, Mehmet/ TOSUNOĞLU, Tuğberk, *Girişimcilik*. (Eskişehir: Açık öğretim Fakültesi Yayını, 2007) s.10.

1.5.2. Ürün Çeşitliliği Sağlama

Dünyada gerçekleşen değişimlerin ekonomik niteliği işletmelerin de değişen şartlara entegre olmasına neden olmaktadır. Rekabet şartlarının artması ile birlikte girişimciler ürün türlerini artırmaya veya değiştirmeye ve bu konuda uzmanlaşmaya gereksinim duymaktadırlar. Bu şartlara entegre olamayan girişimciler arka planda kalmaktadırlar. Çevreleri ile devamlı bağlantı kurması sebebiyle, işletmelerin değişen şartlara uyum sağlaması gerekmektedir. Şartlara uyum sağlanması işletmelerin devamlılık amaçlarındandır.¹⁶

Ancak tüm bunları bir kenara bırakır ve girişimcilerin pazara girme isteklerinin ilk adımlarına bakarsak kolaylıkla onların ayrıcalıklı ürünleri keşfetme çabalarını açıkça görebiliriz. Sanılanın aksine bu çaba temel olarak yalnız para kazanma arzusundan kaynaklanmadığını da girişimci yatırımcılar ile yaptığımız konuşmalardan kolaylıkla anlıyoruz. Onlar rekabete karşı “farklı olmaya” odaklandıkları için kolaylıkla ürün geliştirme de başarılı olmaktadır. Ürün geliştirme yeni bir ürün oluşturma ile birlikte mevcut üründe iyileştirme veya yenileşme olduğunu da kolaylıkla söyleyebiliriz.

1.5.3. İstihdam Yaratma

Rekabetin yoğunlaştığı ekonomik ortamda birçok ülke ekonomik sorunlarla karşılaşmaktadır. Bunların en önemlilerinden birisi istihdam sorunudur. Özellikle Avrupa Birliğinde (AB) yaşanan işsizlik sorunları araştırılırken ABD ‘de yaratılan istihdamda girişimciliğin çok büyük bir katkısı olduğu görülmüştür. Rekabet, girişimcilerin tüketiciden gelen talep ve beklentileri karşılayacak şekilde üretilmesini ve yatırım yapmasını, dolayısıyla ekonomik kaynakların etkin tahsisini sağlar.

Ülke içerisinde çalışmalardaki yarış ortamında sorunsuz çalışması, istihdamın yükselmesi Avrupa’da ve uluslararası sahalar da bulunan rakipler ile mücadele etme şansına sahip olurlar. Sektörde tekellerin piyasaya hâkim olduğu ekonomilerde bütün işletmelerin faaliyetlerini devam edebilmeleri ve ayakta kalmaları oldukça zordur.¹⁷

16 Müftüoğlu/ Ürper/ Başar/ Tosunoğlu, a.g.e. s.11.

17 Müftüoğlu/ Ürper/ Başar/ Tosunoğlu, a.g.e, s.11.

Girişimcileri ayakta kalma tehdidine karşı odaklandıkları noktalar;

a- Devlet imkanlarının kullanmak, böylelikle SGK primleri, personel maaşları gibi maliyet unsurunu yönetmek. Bu politikaları ise personel alımlarında daha kolay karar vermelerini sağlamaktadır.

b- Yarı zamanlı veya evde çalışan kitlenin değerlendirilmesinde ise son derece faydalı adımlar atabilmektedir. Böylelikle ekonominin dışında kalmış, ancak kişisel yetenekleri, üretim becerileri olan kesimler girişimci yatırımlarıyla ekonomiye üretken olarak katılabilmelerini sağlamaktadırlar.

1.5.4. Yeni Pazar Alanları ve Satış Modelleri Oluşturma

Gelişen teknolojilerin takip edilmesi değişimi sağlayan yaratıcı dehalar olan girişimciler ortaya koydukları yeni ürünlerde mevcut pazarlarda yenilikle yeni keşfedilen Pazar alanları da ortaya çıkarmaktadır. Yeni ürün ortaya çıkaran girişimciler sektörde rekabet edebilecek bir seviyede olabilirler. Girişimcilerin ortaya çıkan pazarlarda fırsatları kovalamalarının somut sonuçları rekabet karşısında ürün çeşitleri, fiyat iyileştirmeleri, ambalaj ve ödeme koşullarında dahi rekabetin anlamakta zorlandığı yaratıcı adımlar ile öne çıkma gayretleridir. Yeni pazarlar teknolojinin gelişmesi ile beraber kitlelere ulaşma ve yeni pazarlama girme açısından daha fazla imkan oluşturmaktadır. Kobilerin üretimde rekabet bakış açısı da bir bütünlük sağlamaktadır.

Her zaman ucuzlayan bilgi teknolojileri, KOBİ'lere artık küresel düzeyde iş yapabilmenin altyapısını sağlamaktadır.¹⁸

Girişimcilerimizi geleneksel pazarlama yöntemlerini şaşırtıcı şekillerde zorladıklarını görüyoruz. İncelediğimiz de ise kendi kısıtlı imkanları ile özellikle dış pazarlarda yer edinmeye çalışan girişimcilerimizi yerel ortaklıkları akıllıca inşa ederek sermayelerini güçlendirmekle kalmayıp, keşfettikleri bu yerel partnerleri ile kredi değerlendirmesi, finans yönetimini de etkin bir şekilde tesis ettiklerini gözlemliyoruz.

Zaman zaman üretim hatlarını da ilgili pazarlarda organize ederek gümrüklerin yarattığı olumsuzluklara karşı başarı ile karşı koyduklarının da altını çizmemiz gerekiyor.

18 Müftüoğlu/ Ürper/ Başar/ Tosunoğlu .a.g.e.s.12.

1.5.5. İşletme Sermayesi Oluşturma

Sermaye birikiminin oluşturma birçok tanımı olması ile beraber girişimcilerin Temel yatırım finansmanı ile ticari yaşama adım atan girişimciler zaman içinde yalnız karlılığın yarattığı yüksek işletme sermayesi ile sermaye birikimi sağladığını söylemek oldukça eksik kalacaktır.

En genel biçimiyle, sermaye birikimi oluşturma veya sermaye stoku bir üretim biriminin belli bir dönemdeki mal ve hizmet üretme kapasitesi olarak tanımlanabilir.¹⁹ Firmalarının itibari değerleri, marka değerleri ve oluşturdukları ürünlerinin değerleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde ise karşımıza neredeyse sıfırdan yazılmış güçlü sermaye hikayeleri çıkmaktadır.

Yeni girişimler yaratılması yoluyla ekonomide artan çıktı miktarı, endüstrinin büyümesine ve karların artmasına yol açar. Bu karların da yeniden yatırımlar için kullanılması ile yeni istihdam alanları ve sermaye birikimi sağlanır. Gerekli teşvik ve kolaylık mekanizmalarının çalıştırılması durumunda girişimcilik, sermaye birikiminde en önemli unsurlardandır.²⁰

1.6. Girişimcilik Türleri

Genelde kurumsal, profesyonel girişimcilik, teknik girişimcilik ve devlet destekleri ile çevreci girişimcilik kavramları anlatılmaktadır.

1.6.1 Kurumsal Girişimcilik

Girişimciliğin gelişiminde devlet desteklerinin işletmeler açısından önemi büyüktür. Kosgeb işletmelerin gelişimi ve işletme içerisinde gelişimler için verdikleri desteklerde, kurumsal şirketlerin arge inovasyon ve endüstriyel uygulamaları için altyapı ve gerekli finans destekleri Kosgeb programları arasında yer vermektedir. Kurumsal girişimcilik kendi içinde birçok bölüme ayrılmaktadır.

19 Saygılı Şeref, Cihan Cengiz ,Yurtoğlu Hasan, Türkiye Ekonomisinde Sermaye Birikimi, Büyüme Ve Verimlilik: 1972-2000 , Ekonomik Modeller Ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Yayın No: Dpt. 2665,S.10

20 Müftüoğlu/ Ürper/ Başar/ Tosunoğlu .a.g.e. s.12.

Girişimcilik, icra biçimi ve sahalarına göre bazı türlere ayrılmaktadır.

- Bağımsız girişimcilik,
- İç girişimcilik,
- Kurumsal girişimcilik,
- Yönetici girişimcilik,
- Teknik girişimcilik,
- Girişimci girişimciliği,
- Çevreci girişimcilik türleridir.

Kurumsal girişimcilik; büyük işletmelerin yeni girişimlerin oluşmasına destek vermesi veya var olan küçük işletmeleri destekleyerek yeni girişimlerin oluşturulmasıdır.²¹ Özellikle kurumsal girişimcilikte işletmelerin kendi iç yapılarının içerisinde oluşturdukları sistem ile teknolojinin gelişmesinin de etkisi ile sektörde artan rekabet ortamına uyum sağlamak ile kalmayıp rekabet gücünü artırmaktadır.

Kurumsal girişimciliğin işletme içinde işletme olarak tanımlamak da olasıdır. Ancak burada bahsi geçen farklı ticari işletmelerin iç içe geçmişliklerinde ziyade enpara²² gibi Finansbank bünyesinde oluşturulan kurumsal yapı gibi farklı işletme fırsatlarında kazan kazan ortaklığının yarattığı sinerji düşünölmelidir. Tabii ki literatürde değişik tanımların kullanılmasının sonunda uzlaşılın kavram olarak kurumsal girişimciliktir edilmektedir.²³

Bu projenin sanal dünyanın fırsatlarının tesisi ile yarattığı işletmenin nakit yönetim politikalarının verimli yönetilmesine ilişkin fırsatlarının değerlendirilmesidir. Böylelikle işletmecilerin bankalar dahi uğramadan açabilecekleri hesapları ile banka kredi kartları çek talepleri dahil pek çok alanda kolaylıklara ulaşabilecek kendi sistemlerine entegre sanal posların tesisi ile tahsilatlarını yapabilecek başarılarının finansal kısımlarında bankacılığın zorlukları kısa sürede aşabileceklerdir.

21 Cin, Hatice/ Yumuk, Günay Günsevım, ‘Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekaları Arasındaki İlişi: Edime Örneği’, *Girişimcilik Kalkınma Dergisi* (2013) S.11.

22 [Http://Burakbudak.Com/Kurumsal-Girisimcilik-Ornegi-Enpara-Com/06032017](http://Burakbudak.Com/Kurumsal-Girisimcilik-Ornegi-Enpara-Com/06032017)

23 Yiğit, Sema, İnnovasyona Davranışsal Yaklaş Bir Yansıması: Kurumsal Girişimcilik, *The Journal Of Academic Social Science Studies*,2014, Number -30,S. 411-428.

1.6.2 Profesyonel Girişimcilik

Profesyonel girişimcilik tanımlamasına bakıldığında; İşletme dışından yetkin bir kişiye veya işletme bünyesinde de yetkin bir kişiye satılması veya devredilmesidir. Profesyonel, konusunda etkin boyutta bir girişimci işletmeden çıkarıldığında veya işini terk ettiğinde aynı etkinliklere sahip bir diğer yeni girişimci işletmeyi devir almaktadır.²⁴

Tabii ki profesyonelliği işletme devri olarak yorumlamak şunu gözden kaçırmamıza neden olabilir; Finansman ihtiyacı içindeki girişimci adayları fikirlerinin bir bölümüne Yatırımcı girişimcileri organize ederek onları kendi fikirleriyle yaptırdıkları yatırımla girişimci kılmaktadır.

İşletme kuruluş döneminde girişimciler sermaye yetersizliğinde işletme yönetiminde ve finans yönetiminde çok fazla problemler ile karşılaşmaktadırlar. Bu problemler girişimcileri ortak arayışına ya da profesyonel girişimciler tarafından satın alınmaya gitmektedir. Böylelikle profesyonel girişimciler devraldıkları ya da ortak oldukları işletmelere yenilik, düzen, teknoloji yada yeni yönetim şekilleri finans yönetimi ve düzen getirmektedir.

1.6.3 Teknik Girişimcilik ve Devlet Destekleri

Eğitim alt yapısı güçlü, deneyimi yüksek ve arge kadrolarında çalışmış kişiler sahip oldukları birikimi değerlendirerek kendilerine yatırım alanları açmaktadır. Güçlü IT departmanlarının olmasına karşı mobil uygulamalar da bankalardan iş alan girişimcilerimiz bu konuda kolaylıkla tanımlayabiliriz.

Bir diğer tanımlamalara bakınca; Teknik girişimcilik belirtilen çok fazla tanım olması ile beraber tanımlamalar içerisinde Teknik girişimcilik Devlet destek alanlarında da ilk önceliğe sahip alandır. Kosgeb destekler bölümüne bakıldığında girişimcilik alanında ar-ge inovasyon, endüstriyel uygulama alanları ve daha nice teknolojik ve teknik destekler verilmektedir.²⁵

24 Cin ,Yumuk,a.g.e s.11.

25 Cin, Yumuk,a.g.e, s.11.

1.6.4 Çevreci Girişimcilik

“Çevreci girişimcilik; genellikle çevresel sorunlara eğilen ve bu sorunların yarattığı fırsatları ve yenilikleri çevre bilinci ile değerlendiren girişimcilik türüdür.”²⁶

İnsanın yaşama standartlarını yükseltme arzusu ve yenilik yaratma isteği iste istemez gözünü yaşadığı çevreye de odaklanmaktadır. Sosyal sorumluluk ile ilgi duyduğu çevre koruma konuları teknik becerilerinin dahil olduğu projeler ile birleştiğinde karşımıza güçlü çevreci projeleri çıkarmaktadır. Son yıllarda ülkemizde özellikle enerji alanları, geri dönüşümün değerlendirilmesi konularında ciddi çevreci girişimci projelerini çıkarmaktadır.

1.7. Girişimci Pazarlama Boyutları

Girişimci pazarlama boyutları arasında proaktiflik, girişimcilerin fırsat odaklılıklar, hesaplanmış risk alma, müşteriye yoğunlaşma, yenilik odaklılık, kaynak kaldıracı, değer yaratma kavramları yer almakta olup bu bölümde detaylı olarak anlatılmaktadır.

1.7. 1 Proaktiflik

“Proaktiflik; bir işletmenin çevresindeki değişimlerin ve gelişmelerin oluşturduğu fırsatları araştırması, gelecekteki talebi tahmin ederek yeni fırsatlar yaratması, bu fırsatları olumlu sonuçlar doğuracak şekilde kullanarak yeni ürün, hizmet ve süreçler geliştirmesi ve rekabet avantajı kazanma hedef ve davranışlarının edinilmesidir.”²⁷Bu başlıkta anlatılanların çerçevesinde yeni fırsatlar yaratmak için rakip analizi doğru yapmak araştırmaları doğru şekilde yapmak gerekmektedir.

Önemli olan işletmenin kurulumunun yapıldığı bölgede mevcut piyasaya yeni ve var olan ürünlerin farklı şekilde dahil etmek ve işletmenin kurulumunun yapıldığı farklı bölgelere hem mevcut ürünleri dahil etmek hem de yeni ürünlerinin satış pazarlamasını yapmak önemlidir. İşletmelerin içerisindeki pazarlama bölümünün bağımsız olarak ya da iş birliği yaptığı ortakları ile birlikte değişimi gerçekleştirmek için stratejiler gerçekleştirmiştir.

26 Cin, Yumuk a.g.e s.11.

27 DAL, Nil Esra/ DAL, Veysel, ‘Girişimci Pazarlama Kavramsal Bir Çalışma’, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 8, Sayı 14 (2016) S.54.

Sektörde ve yeni iş ortamlarında bir ürün üretmek, yeni teknolojiler sunmak ve bunları dış çevre ile uyumlu hale getirmek açısından pazara öncülük etme işletmelerin pazarlama yaklaşımlarına dinamizm getirir.²⁸ Micheal Porter (Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Profesörü) işletmeler için 5 kuvvet modeli olarak adlandırdığı çalışmasında firmaların alternatif ürünleri çıkarmaları gerektiği piyasaya giriş rekabetlerini iyi analiz etmeleri gerektiğini, alıcı gücü ve fiyat engellerini tüketici profillerine göre sağlamaları gerektiğini bunun yanında tedarikçilerin pazara olan hakimiyetleri gibi konulara da önem vermeleri gerekli olduğunu söylemektedir.

1.7.2 Girişimcilerin Fırsat Odaklılıkları

Girişimci pazarlarda sektörün fırsatları ve uygulama alanları ile yeni pazar ortamlarının oluşturulmasına göre çevresel faktörlerin değişimlerinin üst seviyede kaliteli bir şekilde analiz edilmesine bağlı olmaktadır. Girişimci Pazarlamalarda dış pazarlardaki bölümlere yönelme düşüncesi sektör fırsatları açısından çevreyi araştırmak beraberinde risk oluşturur, fakat fırsatların tanımlanması yaratıcılık sürecinde kullanılan bir yaklaşımdır.²⁹

Girişimci adayları fırsatlar ortaya çıktığında farkına varma ve arkasından gitmek girişimciliğin altyapısını oluşturur. Girişimciler için pazarlamanın faktörünün de en önemli yoludur. Sektörde İşletmesini kurmuş olan girişimciler için fırsatlar, her zaman potansiyel kazanç noktası olarak görülen ve öncesinde de farkına varılmamış pazar bölgeleri olarak da tanımlanabilir. Girişimciler için işletmenin kuruluşunu yaptığı bölgede hedef pazar ve ülkedeki pazar eksiklikleri fırsat niteliği taşımaktadır. Sektörel fırsat olanakları araştırma arzuları yönelimleri, ilerlemelerini saptamada etkin bir durum içerisinde olurken, henüz bilinmeyen hedef Pazar alanında iş, sektör ve pazar konularını ve durumlarını, kusurlarını anlamaya çalışmak creative bakış açısını geliştirmeye yardımcı olur.³⁰ Fırsatların çeşitliliği de çevre faktörleri ile bağlantılıdır. Sektörde alternatif ürün çeşitliliği oluşturan işletmeler bunu bölgesel olarak tüketiciye buluşturarak fırsatları kazanç ortamına çevirirler. İşletmenin kurulum bölgesinde iş fırsatları ikame mallarda pazar ortamını ve ihtiyaçlarını analiz etmemize yarar sağlar.

28 Erboy, Nedret/ Marangoz, Mehmet, 'Pazarlamada Paradigma değişimi Girişimci Pazarlama', *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, Haziran (2013), s.82.

29 ERBOY/MARANGOZ.a.g.e, s.82.

30 Dal/ Dal,a.g.e, s.54.

1.7.3 Hesaplanmış Risk Alma

Girişimci Pazarlama, risk faktörlerini belirlemek ya da risk ortamını paylaşmak için bu faktörlerin gücünü azaltmak için aktif bir çalışma içerisinde bulunmaktadır. Bu emek, işletmelerin risk ortamını oluşturdukları durumlarda portföyleri yönetme ve bunun Pazar alanında bir kimlik üstlenme manasına gelmektedir. İşletmeler için Risk faktörü olmazsa olmaz olduğu için sektör ve işletme kurulum çevrelerinde risk alma, başarısızlık konusunu azaltma yoluna gider ve risk alan bireylerin ya da işletmelerin pozitif yönlü eğilim olacağını gösterir.

Sektörün içerisinde risk alma konusunun pozitif yönü, işletme sahibi olan girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar açısından risklerin üzerine gitme ve üstesinden gelebilmesine yardımcı olur. Henüz ortaya konmamış fırsatların belirlenmesi ve ona göre kaynakların kullanımı da bir risk içermektedir.³¹ Belirlenmemiş fırsatları beraberinde de risk getirir.

Girişimci ve yatırımcılar için risk alma durumu, girişimcilerin odaklanma açısından genel olarak proaktif olma ile bağlantı kurulmaktadır. Bunun yanında yeni kurulan işletmelerin sektörde risk ortamına girme katsayısı yüksektir. Başka bir deyişle, işletmeler yenilikçi oldukça daha yüksek riski göze alacaklardır.³²

Fransız Cantillon tarafından ortaya konmasından sonra kara zarar sonuçlarını öngörülerine göre göze alan kişi olarak tanımlanan girişimci kaybetme olasılıklarına karşı rekabet karşısında tutunma becerisini yenilikçiliği, yaratıcılığı ve gözlemlene gücü ile destekli adım atmayı çabalaması ile öne geçmektedir. Kar zarar riskinin göze alınarak sahada öne çıkmaya dönük adımlar atan girişimci sahip olduğu firmasının yönünü, rekabetçi, yenilikçi rotalara tutarak başarısını pekiştirmektedir.

1.7.4 Müşteriye Yoğunlaşma

Pazarlama alanında girişimcilik yapan işletmelerin pazara yönelme ve girişimci yönünün ön yüz kısmını oluşturmaktadır. Müşteriye yönlü odaklanma ise, girişimci değerlerle biraraya gelerek işletmeler için gerekli ve önemli olan bilgi ve değer konularına odaklanmayı sağlamaktadır.

31 Erboy/ Marangoz,a.g.e s.81.

32 Dal/ Dal.,a.g.e s.54-55.

İşletmelerin müşteri odaklı düşünmeleri tüketici olan kitleye uygun ürün üretme onların istek ve taleplerine karşılık yeni ürün üretme onlara değer vermek ile aynı bakış açısı taşımaktadır. Bakış açısı bu olan işletmelerin müşteriye odaklanmaları yeni ve değer gören bir yaklaşım olmaktadır. Burada pazarlamacının görevi, tüketime odaklı kitlenin yani müşterinin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ürün ve hizmetler üretme noktasında yeni kaynak bileşenleri bulmak ve bu kaynaklarla yeni özgün yararlar oluşturarak müşteriler için değer yaratmaktır.³³ Pazarlama sektöründe müşteri odaklanma, girişimcilerin müşteri yönlü düşünmeleri girişimcilerin odaklılığın ortak noktasıdır. İki önemli başlığın birbiri ile ortak noktası yani odak noktaları birbirleri ile bağlantılı olduğu bir gerçektir.

Sektörde girişimcilerin pazarlama yönü ile müşteri elde etme , tüketime odaklı kitleleri elde tutma, tüketiciyi seviye olarak geliştirme temasında creative bakış açısı anlatılmaktadır.³⁴ Sektöre yeni bir bakış ifade eden girişimci pazarlama düşüncesi, pazara odaklanma girişimcinin genel olarak müşteri yönlü düşünmesinin yanında , müşterilerin önemini anlama ve değer vermesi ve taleplere uyması bunun yanında detaylı bir bağ kurarak işletmenin sektördeki pazarlama emeklerine rağmen duygu seviyesinin üzerinde bir noktaya odaklanır.

1.7.5 Yenilik Odaklılık

Yenilik odaklılık; yeni kaynaklar, yeni müşteriler, yeni pazarlar bulmak veya var olan kaynak, müşteri, ürün ve pazarların yeni bileşimlerini bulmaktır. Girişimci olmak için Yenilikçilik ve üretim şarttır. Girişimciliğin doğasında bu başlıklar vardır ve girişimcilikten ayrı düşünülmesi imkansızdır. Girişimci Pazarlama ile birlikte pazarlama işlevi, istikrarlı sürdürülebilir bir yenilikte bütünleşik bir rol içerisinde olur.

Başarmak ve gelişmek isteyen girişimcilerin ihtiyacı olan en önemli konular yeniliktir. Yeni ve başarılı işler sektörde girişimci adaylarının pazar ihtiyaçlarını ve bu alanda pazara sunulan değerler arasındaki boşluğu kavramsal olarak açıklaması ve gerekli olanları ihtiyaçlar hiyerarşisine göre karşılaması, eldeki kaynakların başarı ile yönetilmesi ile gerçekleşir.

33 Erboy/ Marangoz a.g.e,s.82.

34 Dal/ Dal ,a.g.e,s.55.

Üst yönetici grubu sistem içerisinde operasyonel etkinlik sırasında bölümlere, fiyat düzeyi oluşturma, markalaşma sürecinin yönetilebilmesine, müşteri birlikteliği, dağıtımına karşı yeni yaklaşımları destekleyerek sürdürülebilir yeniliğin devamlılığını sağlamış olurlar.³⁵

Girişimcilik defalarca kendi özünü oluşturduğu düşünülen yeni olmak inovatif olmak ile sektördeki bilginin, orijinal hali , bağlantılı hali , eşsiz çözüm sunma ve önem oluşturan yeni kaynak noktaları , yeni ve alternatif ürün, iş akış süreçleri , hizmet ve sunum teknikleri, işletme yönetim sistemi bilgisi veya teknolojik bilgi birikimi ve uygulanabilirlik biçiminde somut hale getirilerek değiştirilmesi, bütün bunların ortak noktası ticari kazanç sağlamak süreci olarak tanımlanmaktadır.³⁶ Yenilik kelimesini düşünelim bu kelime kavram olarak, hem bir iş sürecini (revizyon & yenileme) anlatır. Teamüle bakılırsa görebileceğimiz gibi belirli bir süreç olarak yenilik, “geliştirilen düşüncenin satılarak pazarlanabilir bir değere dönüştürülmesi tanımlanmaya çalışıldığında orta çıkan durumun tamamen sistem iyileştirilmesi olduğunun anlaşılması piyasada satılabilen ürün ve hizmetlerin yeniden tasarlanan pazarlama yöntemi olarak ra ifade edilmektedir.

1.7.6 Kaynak Kaldırıcı

Kaynak kullanımı önemli bir konudur. Girişimciler için önemli olan konu pazarlamanın diğer bir evresi olan kaynak kullanımıdır. Sektörde rol alan işletmelerin sistemlerinde bulunan az kaynağın aktif bir şekilde ortama hazır duruma gelmesini sağlayarak tüketime odaklı kitleler için düşünülmemiş, kaliteli ve değer oluşturan hizmetler, ürünler sunum teknikleri üreterek kendi Pazar alanlarında rakip ile arasında rekabet üstünlüğü sağlamaktadırlar.

Girişimcilerin kaynak kullanımı aşağıdaki şekilde yapılabilmektedir.

Tablo 1.7.6 Girişimcilerin Kaynak Kullanımı

• Diğer işletmelerin farkına varmadığı kaynakları kullanarak,
• İşletmelerin hedefleri için diğer işletmelerin kaynaklarından yararlanarak,
• Daha fazla fayda elde etmek için bir kaynağı diğer bir kaynaktla beraber kullanarak,
• Başka kaynakları bulmak için var olan kaynakları kullanarak,
Diğer işletmelerin geçmişte kullandığı kaynaklardan farklı biçimlerde yararlanarak

Kaynak: Erboy/ Marangoz, a.g.e, s.83.

35 Erboy/ Marangoz ,a.g.e.s.81.

36 Dal/ Dal, s.55.

Girişimci adayları işletmeye bağlı olan satış pazarlaması yapılan ürün ile kazanç sağlamak zorunda değildir. Bunun haricinde işletme dışı kaynakların da araştırılması ve işletmelere kaynak sağlanması yollarından da yararlanılabilir. Kaynak kullanımını aşağıdaki gibi de yapmak mümkündür.

- Kaynakları diğerlerinin önceki çalışma dönemlerinde yaptığından daha fazla çeşitlendirmek ve alternatifler sunmak
- Sektörde ticari karlılık getiren işletmelerin ya da üretim odaklı işletmelerin başkalarının fark edemediği alternatif kaynaklar üzerinden kar getirisini sağlamak
- Diğer işletme yetkililerinin ve şirketlerinin kendilerini geliştirmek ve hedeflerini oluşturabilmek amacı ile kaynaklarını kendi çıkarları için kullanması

1.7.7 Değer Yaratma

Müşteri değeri oluşturmanın bir diğer boyutu ise müşteri değer yaratma sürecidir. Müşteriler için yeni ve inovatif çalışmalar yaparak değer oluşturma girişimcilerin pazarlama alanları içerisinde odak noktalarından bir tanesidir.³⁷ İşletmelerin pazarlama alanındaki odak noktası, geçmişte ticari ortam ve kazançlar farklı biçimlerdeydi. Günümüzde bu ortamlar birbirleri ile ilişkilendirilememektedir. Odak noktası olan tek konu kazanç ve yenilik alanındadır. Yenilik ortaya koyarak müşterilerin tüketicilerin ve diğerleri için talep oluşturmanın yanında bir sistem ve ürün geliştirerek ticari işlemler ve ilişkiler ile kâr payına ve markaya değer katmaya ve yeni değer oluşturmaya katkı sağlar.

Aktif süreklilik sağlayan pazarlarda markalar, ürünler ve hizmetler için değer oluşturma tanımı devamlı değişerek yeniden açıklanmaktadır. Pazarlamada müşteriler için kalite araştırması yapmak, müşteri için önemli olanı bulmak önemlidir. Karşı tarafa verilen değer, maddi olanın ve emeklerin karşılığında bize yansıyan ve tarafımızda bulunanların tümüdür.

İşletmelerin hizmet sunum teknikleri kalite seviyesinin, indirimli fiyat seviyesi, hizmet ve sunum tekniklerinde inovatif düşünce tarzı konu başlıkları içerisinde sayılabilir.³⁸

³⁷ Erboy/ Marangoz,a.g.e, s. 83.

³⁸ Dal/ Dal,a.g.e s. 57.

Birinci bölümde yer alan girişimcilerin kurulum süreçlerinde evraksal ve mevzuat bilgisinin dışında yönetsel olarak bilgiler yer almaktadır. Girişimcilik kavramı açıklamalı bir şekilde anlatılmıştır. Türkiyede girişimciliğin genel durumu girişimci adaylarına yapılan destekler ve bu destekleri veren kuruluşlar çalışmamız içerisinde yer almaktadır. Birinci bölümdeki amacımız girişimciliği genel olarak anlatmak ve girişimci adaylarına bilgi vermek ve yön göstermek amcımızdır. Girişimciliğin işlevlerini anlattığımız çalışmada işletmelerin üretimleri organize etmesini, ürün çeşitliliği sağlamasını,istihdam ortamı oluşturmasını,yeni pazarlar ve satış yöntemleri oluşturmasına yönelik bilgiler anlatılmaktadır.

Girişimcilik türlerinden Kurumsal girişimcilik, Profesyonel girişimcilik,Teknik girişimcilik ve Devlet Destekleri,Çevreci girişimcilik bilgileri çalışmada girişimci adaylarına bilgi sağlamak girişimci düşüncelerine yenilik katması planlanmıştır.

Girişimcilerin pazarlama alanlarında yaşadıkları zorluklar göz önüne alındığı zaman belirli çözümler çalışmamızın birinci bölümünde kapsamlı olarak anlatılmaktadır. Girişimciler için fırsatlar,Sektör içerisinde risk alma,girişimcinin ana hedeflerinden biri olan müşteriye yoğunlaşma,dünyanın ve ülkemizin şartlarını iyi bilme ve sürekli yenilik sağlama ve değerli bir marka veya sistem kurmanın önemini çalışmamızda yer almaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ ve DEVLET DESTEKLERİ

Bu bölümde Kadın Girişimcilik kavramı Türkiye’de kadın girişimci olmanın kavramsal önemine değinilmiştir.

2.1 KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE GENEL BAKIŞ AÇISI

Girişimci kavramı, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktör olarak kabul edilmektedir. Kendisinin ve başkasının yarattığı yenilikleri ekonomiye kazandıran kişi girişimci olarak kabul edilmektedir. En küçük bir yenilik dahi, üretim sürecinde iyileştirmeler ve üretkenlik artışı sağlayabilmekte ve risk ile belirsizlik ortamında yeni iş kaynaklarını görebilen, fırsatları ve kaynakları kazanca ulaşmak ve büyüebilmek için kullanabilen kişiye “girişimci” denilmektedir. Girişimciler genelde sorumluluk alan ve bu yönde isteği olan, hesaplanmış risk alan, başarıma isteği güçlü, enerjisi yüksek, fırsatları ve geleceği sezebilen, vizyonunu gerçeğe dönüştürmek isteyen, başarıyı paradan daha çok önemseyen, değişen olaylara dayanabilen, değişiklikleri benimseyebilen ve şartlara adapte olabilen kişilerdir.³⁹

Kadınların ekonomik ve sosyal hayatta güçlenmesini sağlamak amacıyla hareket eden, kadınların da girişimcilik yapabileceği onların da bu rolü üstlenebileceği ile ilgili görüşü kapsayan girişimcilik çeşididir. Çalışan kadınların oranı eskiye göre daha da artmış aynı şeyleri girişimcilik için söylemek mümkün değildir. Ancak bu konudaki destek ve bilincin artması bundan sonra daha çok kadın girişimci görmeyi mümkün kalacaktır.⁴⁰

1980’li yıllar gerek batılı ülkelerin birçoğunda, gerekse ülkemizde liberal ekonominin ve girişimcilik kültürünün benimsendiği yıllar olarak anılır. Ljunggren ve Kolvereid (1996), bu dönemde kadın girişimcilerin sayısının batılı ülkelerde erkek girişimcilere oranla çok daha hızlı biçimde artmakta olduğunu belirtmişlerdir. Kadın girişimciliği üzerine batı yazınında yer alan çalışmaların oldukça geniş bir yelpaze (işletme, psikoloji, sosyoloji vb.) içinde yer aldığı ifade edilebilir⁴¹

³⁹ BOZGEYİK, A.; 2005. *Girişimcilere Yol Haritası*, Hayat Yayınları, s. 376.

⁴⁰ ÜRPER/ TOSUNOĞLU/ KAĞNICIOĞLU/ BAŞAR/ DEMİRCİ/ SAĞLAM s.13.

⁴¹ SOYSAL, Abdullah, ‘Türkiye’de Kadın Girişimciler; Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme’, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi 65-1.

2.1.1. Kadın Girişimciliğinin Ortaya Çıkışı

Kadın girişimciliğinin ortaya çıkmasında, gelişen teknoloji ve artan ihtiyaçların yanı sıra:⁴²

- AB destekleri,
- BM destekleri,
- OECD gibi yapılanmaların destekleri de büyük önem arz etmektedir.

Buna nazaran yine de batılı ülkelerdeki kadar kadın girişimciliğinde ilerleme kaydedilmediği görülmektedir.

Kadın girişimciler çeşitli uzmanlarca farklı kategorilere ayrılmaktadır. Bunlar arasında inceleme yapıldığında:

- İkili ayrıma göre, kadın girişimciler:⁴³
 - ✓ Bireyselci, kendine güven ilkelerine göre hareket eden kesim,
 - ✓ Erkeklerin astı konumunda yer almayı kabul eden gelenekselci kesim olarak tasnif edilmektedir.
 - Bu sınıflandırmalar da dörde ayrılmaktadır:
 - Geleneksel girişimci,
 - Yenilikçi girişimci,
 - Evcimen girişimci,
 - Köktenci girişimci şeklindedir.

*"Kadınların Türkiye'de girişimcilik faaliyetleri temelde yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen "kadınların kendi başlarına küçük işyeri kurma girişimlerine" dayanmaktadır. Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye'de özellikle başvurulan işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının son derece zayıf olması, zorunlu olarak kadınları kendi işinde çalışmaya sevk etmiştir."*⁴⁴

⁴² ÇELİK, C. ÖZDEVECİOĞLI, M. "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma", 1. Orta Anaokulu Kongresi, Nevşehir, 2001.

⁴³ KUTANİS, R. Özen, "Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler," 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon, 2003.

⁴⁴ YETİM, Nalan "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği," 2008, eab.ege.edu.tr/pdf/2_2/C2-S2-%20M8.pdf, 24.12.2016.

2.1.2. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler

Türkiye’de kadınları girişimciliğe yönlendiren nedenlerin başında ülkenin makroekonomik koşullarının hane halkı geliri üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmanın bir çabası olarak küçük işyeri kurma girişimleridir. Kadınlar arasında küçük işyeri kurma eğilimi farklı nedenlere dayanmaktadır. Birincisi, kadınların haneye ek gelir sağlamak amacıyla kendi niteliklerini kullanarak küçük iş yerleri kurmalarıdır. İkincisi, hane gelirindeki azalmaya paralel olarak kadınların herhangi bir ücretli işte çalışma isteklerinin artışıdır. Ancak başvuru işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulamamaları ve bu nedenle kendi hesabına çalışma, ücretli bir işte çalışmak isteyip iş bulamayan kadınların başvurdukları bir seçenek olmaktadır.⁴⁵

Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörleri hem pozitif hem de negatif, kişisel ve dış koşulların etkili olduğu iten ve çeken faktörler olarak ayırma tabi tutabiliriz. Negatif faktörler kadınları girişimciliğe iterken, pozitif faktörler kadınları girişimciliğe çekmektedir. İten faktörler; ekonomik zorunluluk, yetersiz aile geliri veya ek gelir ihtiyacı, aileden birinin ölümü veya boşanma gibi aile yapısı ve aile içi olaylar, kabul edilemez çalışma koşulları, kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ücret farklılığı, gelir eşitsizliği, mesleki ayırım, cam tavan sendromu (kadınların üst kademe yönetim pozisyonlarına ulaşmasını engelleyici davranışsal ve örgütsel ön yargılardan kaynaklanan görünmez yapay engeller), terfideki engellemelerin neden olduğu işteki hayal kırıklığı gibi nedenlerdir. Dünyada kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörlerden biri gelir elde etme gereksinimidir. Tüm ülkelerde kadınlar erkeklere kıyasla ekonomik yönden dezavantajlı gruptur.⁴⁶

Dünya nüfusunun %20’sini oluşturan yaklaşık 1,2 milyar insanın günde 1 dolarlık mutlak yoksulluk sınırının altında <http://siteresources.worldbank.org>) yaşamaya çalıştığı günümüzde, “mikro finansman sistemi” özellikle kırsal alanda yoksulluğu azaltmak, geliri arttırmak ve istihdamı desteklemek üzere tasarlanmış birçok müdahale stratejilerinden biri olarak görülmektedir. Böylece zamanla yoksul kişilerin ve özellikle kadınların kendi işine başlaması için mikro finansman bir seçenek olarak da değerlendirilmektedir.

45 KESKİN, Sevtap, ‘Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu’, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9, 1(2014): s.86-87.

46 KESKİN s.74.

Kadınların iş kurma nedenleri ile ilgili Mersin’de 160 girişimci kadın üzerinde yapılmış araştırmada; kazanç elde etmek, bağımsız çalışma ve sosyal yaşam sürme istekleri gibi faktörlerin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Kocanın ölmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir.⁴⁷

2.1.3. Kadın Girişimciliği ve Türkiye’deki Mevcut Durumun Analizi

Global Entrepreneurship Monitor’un (GEM) 2010 yılında yayınladığı raporla uyumlu olarak TÜİK 2016 verilerine göre Türkiye’de 15-64 yaş aralığı kadınların istihdama katılma oranı %31,2’dir⁴⁸. OECD ülkelerinde bu oran ortalama olarak %60’ın üzerindedir.

TÜİK 2014-2015 kıyaslamalı verilerinde Hanehalkı İşgücü Anketi sonuçlarına göre, Türkiye genelinde işveren olarak çalışanlar içinde kadınların oranı bir önceki yıla göre 0,1 puan artış ile %8,1, erkeklerin oranı ise 0,1 puan azalış ile %91,9 oldu.

GEM 2010’da Türkiye’de toplam girişimcilik faaliyetleri incelendiğinde, kadınların erkeklere oranını 1/3 olarak tanımlamıştır. Türkiye’de yüksek eğitim görmüş kadınların kendi işlerini kurmaktan ziyade, çalışan olmayı tercih ettiği sonucuna varılmıştır⁴⁹. Tüm bu sonuçlar göstermektedir ki, Türkiye’de kadınların ekonomik hayata katılmaları, gerek istihdam, gerekse girişimcilik anlamında oldukça düşüktür.

2.2 KADIN GİRİŞİMCİLER ve ERKEK GİRİŞİMCİLER ARASINDAKİ FARKLAR ve KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR

Ülkemizde ve dünyada, kadın ve erkek girişimciler arasında çeşitli farklılıklar bulunmakta ve kadın girişimciler, erkek girişimcilerden farklı olarak ilave bazı engel ve zorluklarla karşılaşmaktadırlar.

47 TAMER, Gülay, Dünyaya Kıyasla Türkiye’de Kadın Girişimciliği, *Session 3D: Girişimcilik*, s.651.

48 <http://www.tuik.gov.tr/>

49 BATUM, Ufuk, TAKAY, Bahar, TÜZÜN, İpek, KIRAL, Selin, ÇİFTÇİ, Sezgin, Ankara’da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası, Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara. s.37

2.2.1. Kadın Girişimciler ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran girişimci olabilecekleri potansiyelin 35-45 yaş olduğu ve bu oranın erkek girişimcilerde daha erken başlayıp 25-35 yaş arasında değiştiği ifade edilmiştir. Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme Programı kapsamında, 2003 yılında yapılan bir araştırmada ise erkek ve kadınların her ikisi için girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-34 yaş olduğu, bunu 35-44 ve 19-24 yaş grubu izlediği belirlenmiştir. 55 yaş ve üzerinin ise girişimcilik düzeylerinin en düşük gerçekleştiği yaş grubu olduğu belirlenmiştir.

Aynı araştırma bulgularında, erkeklerin yeni bir işe başlamada kadınlara göre %50 daha şanslı olduğu belirlenmiştir: Bu oranlar erkeklerde %13,9 kadınlarda ise %8,9'dur. Benzer örnek "gelişen firmalar", "yeni firmalar" ve "fırsatçı girişimcilik" oranlarında da oldukça yaygındır. Buna göre gelişen firmalar, yeni bir işin yaratılmasında kaynaklara sahip olan kişileri tanımlar fakat bunlar üç aydan daha fazla ücret ödeyemeyenlerdir. Yeni firmalar 42 aydan daha az sahip-yönetici olarak aktif olan kişileri tanımlar fakat bunlar üç aydan daha fazla ücret ödeyebilmektedirler. Son olarak fırsatçı girişimcilik, birkaç arzulanan kariyer seçeneğinden biri olarak kendi işini kurmayı seçen kişileri içermektedir. Bu verilere göre, erkeklerin %9,3'ü fırsatçı girişimci olurken, kadınların ise yalnızca %4,9'u bu kariyer yolunu seçtiği bulgulanmıştır. Erkeklerin kadınlara olan bu oranı girişimciliğin keskin bir şekilde değiştiğini göstermektedir.

2.2.2. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller

Kadın girişimcilerin karşılaştığı birçok engel bulunmaktadır. Bunlar arasında:

- Türk toplumunun ataerkil yapısı içerisinde kadın girişimcilerin bazıları çalışma hayatlarıyla ilgili kararlarında eşleri nedeniyle engellemelerle karşılaşmakta ve bu engellemeleri yıkmak için çok fazla mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Eşler, kadınların iş kurmalarını erkek egemen bir alanda statü ve saygınlık kaybı olarak değerlendirmektedir.
- Ataerkil bir yapıya sahip Türk toplumundaki girişimcilik kültürü, kadınların girişimci olmasını destekler nitelikte görünmemekte, bu durumda kadın girişimci sayısına yansımaktadır.

- Sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması kadın girişimciliğinin önündeki en önemli engellerden biridir.⁵⁰

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları güçlükler farklı biçimde ele alındığında:

- Sermayen teminine ait zorluklar,
- Gerekli eğitimden yoksun kalmak,
- Bürokratik engeller,
- Donanım-Araç ve gereç teminindeki sıkıntılar,
- İşe adapte olamama,
- Yalnızlık,
- Donanımsızlık,
- Toplumun iş kadınına alışkın olmaması şeklindedir.⁵¹

2.2.3. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Karşılaştığı Zorluklar

Türkiye’de kadın girişimciliği ve kadın girişimciliğinin karşılaştığı zorluklar sıralandığında:

- **Eğitim:**
 - ✓ Kadınlar, erkeklerden daha az örgün eğitim almakta ve formel iş piyasalarında, rekabet bakımından güçlükle karşılaşmaktadırlar. Kadınlara yönelik mesleki eğitim geleneksel ve cinsiyete dayalı rolleri destekleyecek niteliktedir.
- **Kadınların Toplumsal Rolünün Algılanışı:**
 - ✓ 1923 yılından sonra kadınlar eğitim, siyasi temsil ve istihdam alanlarında daha geniş olanaklar elde etmişlerdir. Kamu yaşamına bu resmi erişime rağmen, kadının toplum içindeki rolü büyük ölçüde geleneksel, kültürel değerler tarafından belirlenmeye devam etmektedir. Bu değerler, aile içinde belirgin şekilde cinsiyete dayalı işbölümü olduğunun göstergesidir. Kadının ev dışında çalışmasının yasaklanmamasına karşılık onlardan çalışmaları da beklenmemektedir. Bir kadının işgücüne katılımına ancak ev idaresi sorumluluklarını yerine getirmeye devam etmesi şartıyla müsaade edilmektedir.

⁵⁰ KESKİN s.88.

⁵¹ GÜLEÇ, Sabite, Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman, 2011.

- **İş Bağlantıları:**
 - ✓ Tutucu çevre ve ailelerde kadınların yabancılar ve özellikle erkeklerle temas kurmalarına izin verilmemektedir. Bu gelenekler, kadınların mali kurumlarla, satıcı ve alıcılarla temaslarını sınırlandırmaktadır.
- **Aile tepkileri:**
 - ✓ Yapılan araştırmalar göstermiştir ki; girişimci kadınların %94'ünün “eşlerinin çalışmaları konusunda engel olmadığını; bekâr girişimcilerin aileleri tarafından onaylandığı; evli kadınların eşlerinin aileleri tarafından ilk zamanlarda onaylanmasa da daha sonraki günler içerisinde kabul gördüğü tespit edilmiştir.
- **İş yükü:**
 - ✓ Kadınların ücretli işgücü katılımları çağdaş Türk toplumunda yaygın kabul görmüştür. Ancak buna rağmen kadının statüsü ve aile içindeki rolü üzerinde beklenen değişim yavaştır ve genelde işbölümü halen gelenekseldir. Çalışma yaşamının yanında ev işlerinin yükü de kadının üzerindedir (çocuk bakımı, ev idaresi). Kadınların omuzlarında çifte yük bulunduğundan, kamu kuruluşlarındaki işlerle de (örneğin; kredi almak için form doldurma, işletmesini tescil ettirme, belge derleme ve bunlarla ilgili her türlü ayrıntı) kendileri ilgilenirken, sorunlarla karşılaşmaktadırlar.
- **Aile içinde güç ilişkileri:**
 - ✓ Evli kadınlar eşlerini “aile reisi” olarak görme eğiliminde iken, bekâr kadınlar da babalarının aile reisliğini kabul etmektedir. Gelirlerini harcama konusunda da bu güç ilişkisinin geçerliliği devam etmektedir.⁵²

2.3. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÇALIŞMALAR ile DESTEKLEYEN KURUM ve KURULUŞLAR

Bu bölümde kadın girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çalışmalar ve destekleyen ulusal ve uluslararası kurumlara yer verilmektedir.

52 **ONAY**, Özkaya Meltem, Kadın Girişimcilere Yönelik “Strateji Geliştirme” Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün Mü?, Ulak bilim, Dergi park, s.59.

2.3.1. Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar

Türkiye’de kadın girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çalışmalar, özellikle 1990’lardan sonra hız kazanmıştır. 1990 yılında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığına bağlı olarak Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) kurulmuştur⁵³. Yine 1990’da Türk Medeni Kanunu’nda evli kadınların çalışması ve işletme kurabilmesi için gerekli olan “eşinin izni” şartının kaldırılması oldukça önemli bir adım olmuştur. 1992-1993 arası gelişmeler ise aşağıdaki gibidir⁵⁴:

- İlk kez “Türkiye’de Kadın Girişimcilik” semineri ve “Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli” ile konu tartışmaya açıldı.
 - “Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri” konulu Türkiye genelini kapsayan ilk araştırma, N. Çelebi tarafından yapıldı.
 - Halk Bankası, “Kadın Girişimci” kredisi vermeye başladı.
- 1995’te Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü tarafından, kadınların sahip olduğu mikro ve küçük işletmeleri incelemek amacıyla “Küçük Girişimcilik Projesi” konulu, kapsamlı bir araştırma yapıldı, Japon Hibe fonundan Dünya Bankası aracılığıyla elde edilen kaynakla yürütülen proje 1996 yılında tamamlandı⁵⁵.

2002’de Kadın girişimciliğini geliştirmek; ekonomik ve sosyal yaşamda kadının konumunu güçlendirmek amacıyla Kadın Girişimciler Derneği’ni (KAGİDER) kuruldu⁵⁶.

2002-2003 arası diğer gelişmeler aşağıdaki gibidir⁵⁷:

- Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği tarafından yoksul kadınların girişimcilikte önünü açmak amacıyla “Mikro Kredi” projesi hayata geçirildi.
 - Avrupa Birliği ve TESK tarafından “Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi” projesi başlatıldı.
 - Güneydoğu Anadolu Projesi, Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi ve Kadın Merkezi (GAP, GİDEM, KAMER) ortaklığıyla “Kadın Girişimciliği” projesi uygulamaya kondu.

53 BATUM, Ufuk, vd., a.g.e., s.39

54 ÇAKICI, Ayşehan, Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 2, Sayı 1 (2004), <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/comuybd/article/view/5000037421>

55 SUĞUR, Serap, DEMİRAY, Emine, EŞKİNAT, Rana, AĞAOĞLU, Esmahan, Toplumsal Yaşamda Kadın, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2009, s.200

56 <http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda/tarihce>

57 ÇAKICI, Ayşehan, a.g.e. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/comuybd/article/view/5000037421>

2.3.2. Türkiye’de Kadın Girişimcileri Destekleyen Kamu Kurum ve Kuruluşları

Türkiye’de kadın girişimcileri destekleyen kamu kurum ve kuruluşları incelendiğinde;

- Kadın Girişimciliğini Destekleme,
- Türkiye Kadın Girişimciler Derneği,
- KOSGEB,
- Garanti Kadın Girişimci,
- Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği,
- TOBB Kadın Girişimciler Kurulu⁵⁸ şeklindedir.

2.3.3. Kadın Girişimcileri Destekleyen Uluslararası Kuruluşlar

Kadın girişimcileri destekleyen uluslararası kuruluşlar;

- İletişim Ağı Girişimi, Bill ve Melinda Gates Vakfı,
- Cinsel Şiddet Araştırması Girişimi,
- SIYANDA – Kaynaştırma Cinsiyet Eşitliği,
- Kalkınmada Kadın Hakları Derneği,Global Kadınlar Fonu,
- Adalet Enstitüsü Ulusal Adalet Bölümü ABD,
- Ontario Kadın Müdürlüğü,Uluslararası Kadın Kadınlar için,
- Acil Eylem Fonu: İnsan Hakları Acil Müdahale için kadın,
- Açık Toplum Enstitüsü (Soros),Bayanlar PeacePower Vakfı,
- Women’s Network Finansman,
- Kalkınma pazar yeri: Dünya Bankası,Oak Vakfı,
- Stephen Lewis Vakfı,Tüberküloz ve Sıtma, AIDS Küresel Fon Fight,
- Amerikan Yahudi Dünya Hizmetler,United Methodist Küresel AIDS Fonu,
- Coca Cola Vakfı,Çocuk Fonu Global,Inter-American Foundation,
- Mama Cash,Barış Rüzgârı Vakfı, International Yerli Kadın Forumu (IIWF / FIMI),
- Tides Vakfı,Ford Vakfı,
- Cinsiyet Eşitliği için UNIFEM Fonu.⁵⁹

58 <<http://www.efemproje.com/?Syf=26&Syz=267579>>,13.03.2017

59 <http://www.efemproje.com/?Syf=26&Syz=267579>13.03.2017

Girişimcilik 21.yy’da tüm ÷lkelerin sanayi alanında ve diğer alanlarda öne çıkan konularından biridir.Girişimciliğin gelişimi ile birlikte bireylerin fikirlerini uygulamaya dönuştürdüğü ve ekonomik olarak devlet destekleri ve özel finansman destekleri bulabileceği bir alan haline gelmiştir.÷lkemizde kadın girişimciliğine olan genel bakış açısı her geöen gün değişmekte ve kadın girişimciliğini destekleyen kamu kurum ve kuruluşları çoğalmaktadır.Özel sektör ve vakıf aracılığı ile kadın istihdamının ve giriřimcilđinin önü açılmaktadır.

İkinci bölüm içerisinde yapılan çalışmalarda kadın girişimciliği, ortaya çıkışı ve kadın girişimcilerin girişimci olarak ortaya çıkmasına sebep olan etkenler ve devlet destekleri yer almaktadır. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar, kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklar çalışmamızda anlatılmaktadır.

Girişimciliğin gelişim sürecinde girişimci adaylarının desteklenmesi ÷lke ekonomisinin gelişimine dolaylı olarak etki etmektedir. Kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik yapılan çalışmalar içerisinde kadın girişimcilere son dönemde sağlanan teşvikler, destekler, kadın girişimciliğin gelişmesini sağlamaktadır. Kadın girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çalışmaları destekleyen kurum ve kuruluşlar çalışma içerisinde anlatılmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİR VAKIF ÜNİVERSİTESİNDE UYGULAMALI GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ ALAN KADIN GİRİŞİMCİ ADAYLAR ÜZERİNE ANALİZ

Üçüncü Bölümde İstanbul Kültür Üniversitesi'nde Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan kadın girişimci adaylar üzerine bir analiz yapılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı, Türkiye'de kadın girişimciliği gelişimine katkısı olan finansal fırsatların değerlendirilmesi, devletin girişimci destek politikasının yarattığı alternatif finansman kaynaklarına sahip olmak için alınması gereken eğitimlerin yönlendirici olması ve iş kurma süreçlerin de işletme yönetim, sermaye yetersizliği ve sermaye ulaşım noktasında yaşanan zorlukların analiz edilerek destek alabilecekleri iş fikirleri ve bu fikirlerin yaşam bölgeleri, yaş ve eğitim aralıklarında değişkenlik göstermesi ile girişimcilerin pazarlama dönemi içerisinde yaşanacak sorunlara karşı çözüm üretilmesi amaçlanmaktadır.

Girişimcilerin özel ve devlet desteklerini finansal kaynak olarak görmelerinin girişimci ruhlarının oluşmasında temel unsur olarak görüp görmediğinin analizi yapılarak, devletin girişimcilik eğitimlerini, bu eğitimlerde tesis edilen yönetim danışmanlık desteği alma bilincinin oluşturularak girişimcilik ruhunun risklere karşı kendini yönetebilmek kabiliyetine destek vermektedir. Kadın girişimcilerin Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren girişimcilik kültürünün gelişmesi ve girişimciliğin önem kazanmasına katkı sağlamaktadır. Kadın girişimcilerin sayısının da hızla arttığı bilinmektedir.

Bu artış göz önünde bulundurularak, İstanbul Kültür Üniversitesi-KOSGEB -İŞKUR işbirliği ile Uygulamalı girişimcilik eğitimi kapsamında girişimcilik eğitimi alarak kendi işletmesini kurmayı düşünen bununla beraber devlet desteği alarak ekonomisini geliştirmek isteyen ve kendi alanında faaliyet göstermeye başlayan işletmelerin kurucularının oranlamasında her geçen gün kadın girişimcilerin artması ile kadınları girişimciliğe iten kendi işletmelerinin kurmaya teşvik eden bir yapılanma söz konusudur. Girişimcilerin devlet desteklerinden ve özel finansman desteklerinden faydalanmasının önündeki en büyük eksiklik olan finansal desteklerdeki bilgi eksikliğini gidermek, desteklerin önemini anlatmak ve sosyo-kültürel faktörlerin araştırılması çalışmamızın temel amacı olarak belirlenmiştir.

Çalışmada yapılan analiz Bu temel amaç doğrultusunda çalışmanın diğer amaçlarını da şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Girişimciliğe ilişkin yapılan/yapılacak çalışmalara katkı sağlamak,
- Girişimcilerin girişimcilik sürecini etkileyen sosyo-kültürel faktörleri açığa çıkarmak,
- Yapılan bu çalışmanın potansiyel girişimcilere rehber olması yoluyla, girişimci sayısının artmasına katkı sağlamak ve
- Girişimcilere devlet desteklerini ve Özel finansman desteklerini girişimcilik desteğinin, girişimcilik faaliyetinde bulunmalarındaki olumlu ve olumsuz etkilerini araştırmaktır.

3.2. Araştırma Hipotezleri

Hipotez 1 : Kadın girişimciler arasında eğitim düzeyi arttıkça girişimcilik eğitimlerine katılım artmaktadır

Hipotez 2 :Girişimcilik eğitimine katılan kadın girişimci adaylarının iş fikirleri eğitim düzeylerine göre değişkenlik göstermektedir.

Hipotez 3 : Kadın girişimcilerin gelişiminde devlet ve özel sektör finansman destekleri olumlu etki yaratmaktadır.

Hipotez 4 : Kadınların girişimcilik eğitimlerine katılımlarında eğitim alınan kurum ile girişimcilerin yaşadığı bölge arasındaki mesafe belirleyicidir.

Hipotez 5 : Kadın girişimler arasında girişimcilik eğitimlerine katılma durumu yaşa bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

Hipotez 6 : Kadın girişimciler yaratıcı düşüncenin iş kurma sürecinde kendilerine olumlu katkı sağlayacağına inanmaktadır.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Çalışmamızın hareket alanı, İstanbul Kültür Üniversitesinde Kosgeb - İşkur işbirliği düzenlenen Uygulamalı girişimcilik eğitimini tüm Türkiye olmaktadır. Genel kapsamlı olarak girişimcilik olgusunun irdelenmesinden kaynak bulmaktadır. Çalışmamız içerisinde girişimcilik olgusu baz alınarak kadın girişimcilerin günümüzdeki konumu ve aldıkları eğitimin etkileri ise çalışmamızın sınırını oluşturmaktadır.

3.3.1. Sınırlılıklar

Çalışmamız İstanbul Kültür Üniversitesi bünyesinde KOSGEB, İŞKUR iş birliği ile Düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimine katılan 2000 kadın girişimci ile sınırlıdır.

Eğitime katılan 2000 kadın girişimci içerisinde 75 kişi üniversite mezunu 75 kişi ilkokul mezunu olmak üzere toplamda 150 kişi ile yapılandırılmış form uygulanarak sorulan sorulara cevap aranmıştır.

3.3.2. Varsayımlar

Çalışmanın örneklemini oluşturan katılımcılar görüşme formunda yer alan sorulara içtenlikle cevap vermişlerdir.

Çalışmadan elde edilen bulgular ölkemiz de diğer yüksek öğretim kurumlarında verilen girişimcilik eğitimi katılımcılarına da genellenebilir.

3.4. Araştırma Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evreni Türkiye’de Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Türkiye’de eğitim alan bütün kadın girişimcilere ulaşmak zor ve maliyetli olduğu için Araştırmamız, bir örnekleme üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini İstanbul Kültür Üniversitesinde Uygulamalı Girişimcilik eğitimi alan 2000 kadın girişimcinin içerisinden içerik analizi yapılmıştır.Eğitim seviyeleri,iş fikirleri,yaşadıkları bölge bilgileri yer almaktadır.İçerik analizi yapılan 2000 kadın girişimci içerisinden 150 kadın girişimci üzerinde eğitim seviyesine göre yapılandırılmış Form uygulanmıştır.

3.5. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formunda, “Kadın Girişimcilerin İş yeri açma sebebini kolaylaştıran unsurlar, Girişimciliğin gelişiminde devlet destekleri etkisi, Yaratıcı düşüncenin işletmeye faydaları ” konularını ele alan sorular yer almaktadır.

Araştırmacılar tarafından geliştirilen görüşme sorularının hazırlanmasında; soruların kolaylıkla anlaşılması ve çok boyutlu olmaması, yanıtlayıcıyı yönlendirici olmaması gibi ilkelere dikkat edilmiştir.⁶⁰alıřmamızı daha sağlam temeller üzerine inşa etmek adına çeşitli sayısal verilere de yer verilmektedir. Çeşitli değişkenler temel alınarak hipotezler kurulmakta ve bu hipotezler desteklenmektedir.

60 Yılmaz, K. ve Altınkurt, Y. Göreve Yeni Başlayan Özel Dershane Öğretmenlerinin Kurumların- daki alışma Koşullarına İlişkin Görüşleri. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri,11 -2,2011,s. 635-650.

Çalışmamız içerisinde;

- Dokümanlar,
- Doküman analizi ve istatistiksel analizi
- Eğitim başvuru formları yer almaktadır.
- Yapılandırılmış Formu Uygulanmıştır.

3.6. Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırma verilerinin çözümlenmesinde içerik analizi teknikleri kullanılmıştır. Elde edilen verilerin daha önceden belirlenen şekillere göre girişimcilerin eğitim durumlarına göre mesleki yönelim bilgisi, yaş skalasına göre yöneldikleri sektörler ve girişimcilerin yaşadıkları bölge ile eğitim aldıkları kurum arasındaki fiziki mesafenin girişimcilerin eğitim kurumunu tercih etme sebeplerinden olduğu bunun yanında yapılandırılmış görüşme formları ile girişimcinin işletme kurulum sürecinde devlet desteklerinden faydalanma düşüncesi ve işi kurarken yaratıcı düşüncenin işlemeye faydaları üzerine verilen cevaplar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

3.6.1 Uygulamada Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Araştırmaya ait temel hipotezler aşağıdaki gibi belirtilmiş ve hipotezlere ait olan istatistiksel analizlere ait sonuçların bu hipotezleri nasıl desteklediği incelenmiştir. Çalışmada 4 farklı hipotezin için yapılan istatistiksel analizler Tek Yönlü ANOVA, Kruskal-Wallis Testi ile Spearman Sıra Korelasyon Katsayısının analizinden oluşmaktadır. 2000 kişiden oluşan bir yatay kesit veri tabanı oluşturulmuş olup bulgulara Stata12 paket programı yardımı ile ulaşılmıştır. Uygulamada kullanılan kadın girişimci adayların eğitim seviyesi, iş fikri, değişkenlerin nitel değişkenler olması nedeni ile her bir değişkeni temsil eden kukla değişkenler oluşturularak kesikli veriler haline dönüştürülmüştür.

Uygulamada kullanılan testler bağımlı değişkenin nitel durumu göz önünde tutularak yapılmıştır. Buna bağlı olarak bazı tanımlayıcı istatistiklere ve değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve derecesini temsil eden korelasyon⁶¹ tablosuna sırası ile yer verilmiştir.

⁶¹ İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişki korelasyon olarak adlandırılır. İki den fazla değişken arasındaki korelasyon ise çoklu korelasyon olarak adlandırılır.

Tablo 3.6.1 Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart hata	Min – Max değerler
İş Fikri	2000	1.7313	0.8666	1-4
Eğitim	2000	3.0165	1.1029	1-4
Uzaklık	2000	0.8794	0.3256	0-1
Yaş	2000	37.3191	9.2553	19-79

Tablo 3.6.1 sonuçlarına bakıldığında değişkenler arasında yüksek dereceden korelasyon olmadığı görülmektedir. Ancak verilerin yapısı da göz önünde bulundurularak korelasyon katsayıları incelendiğinde eğitim durumu ile yaş değişkenleri arasında negatif yönde %20 oranında zayıf bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Kadın girişimci adaylarının eğitim durumları ile yaşadıkları bölgenin eğitim gördükleri bölgeye olan uzaklığı arasında negatif yönde %12 oranında zayıf bir ilişki vardır. Yine adayların yaşadıkları bölgenin eğitim gördükleri bölgeye olan uzaklığı arasındaki mesafe ile adayların iş fikirleri arasında pozitif yönde %0.4 oranında bir ilişki bulunmaktadır.

Son olarak Kadın girişimci adaylarının yaş grubunu ile gerçekleştirmeyi düşündükleri iş fikirleri arasında pozitif yönde %0.1 oranında oldukça düşük bir ilişkinin varlığı saptanmıştır.

3.6.1.1 Varyans Analizi (ANOVA)

Varyans analizi, normal dağılım gösteren bağımlı yada bağımsız değişkenlerin ortalamalarına ilişkin hipotezlerin test edilmesinde yararlanılan bir analiz yöntemidir. Açıklayıcı değişkeni oluşturan birden fazla grubun aralarında nasıl etkileşime girdiklerini ve bu etkileşimin bağımlı değişken üzerinde nasıl bir etki yarattığını analiz etmek ve iki örneklemden fazlasının ortalamaları arasında bir fark olup olmadığını test etmek üzere kullanılan bir yöntemdir. F istatistiğinin hesaplanması ile elde edilen ANOVA değerleri, verideki sistematik varyansın sistematik olmayan varyans ile karşılaştırılması yoluyla hesaplanır. Varyanslar da meydana gelen değişkenliği gruplara ayırarak test eden ANOVA yönteminde temel amaç, toplam değişkenliği meydana getiren alt değişkenlik kaynaklarının kısacası grupların belirlenmesi ve bu değişkenlik kaynaklarına karşı önlemlerin alınması olarak ifade edilmektedir. Böylece değişkenliğin sebebi ve gerekiyorsa değişkenliğe uygun önlemleri almak mümkün olabilmektedir⁶².

62 [http://muhserv.atauni.edu.tr/makine/ikaymaz/istatistik ve Olasılık_notes/DERS_10_VARYANS_ANALIZI_IKaymaz_2015.pdf](http://muhserv.atauni.edu.tr/makine/ikaymaz/istatistik%20ve%20Olasilik_notes/DERS_10_VARYANS_ANALIZI_IKaymaz_2015.pdf) s.4

ANOVA, n gruptan elde edilen bir setinde $n > 2$ koşulunu sağlayarak incelenen değişene ait genel değişimi temsil eden genel varyansa katkıda bulunan öğeleri ayırt etmeyi amaçlamakta ve veri yapısı ile uyum sağlaması açısından farklı modeller altında incelenebilmektedir.

3.6.1.1.1 Tek Yönlü Varyans Analizi

Birbirinden bağımsız $n > 2$ gruptan oluşan bir veri setinde incelenen değişkene ait istatistiksel çıkarımlar belirli varsayımların sağlanması dahilinde Tek Yönlü Varyans Analizi ile yapılmaktadır.

Tek yönlü varyans analizine ait varsayımlar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

- Bağımlı değişken her bir örnekleme normal dağılımalıdır.
- Grup ortalamaları ve standart sapmalar arasında bir doğrusallık olmamalıdır.
- Ana kütle varyansları eşit olmalıdır.
- Örneklemler birbirinden bağımsız olmalıdır.

$\mu_1, \mu_2, \dots, \mu_n$ Birbirinden bağımsız ortalamalar iken k_i hacimli ($i=1,2,\dots,j$) tesadüfi örneğe ait normal dağılım gösteren n tane örnekleme ait varyans σ^2 ise ele alınan veri setinin analizi yukarıdaki varsayımların sağlandığı takdirde tek yönlü varyans analizi yöntemi ile yapılmaktadır. Tek yönlü ANOVA yönteminde n gruba ait ortalamaların eşitliği, başka bir ifade ile n adet grubun ortalamaları arasında bir farkın olmadığı temel hipoteze karşılık n gruba ait ortalamalar arasında bir farkın olduğu hipotezleri aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

H_a : en az bir grubun ortalaması diğer grup ortalamalarından farklıdır

Tek yönlü varyans analizinde incelenen bağımlı değişken Y_{ip} ile temsil edilmektedir. Burada $i=1,2,\dots,n$ ve $p=1,2,\dots,m_i$ olarak ifade edilmekte ve n: grup sayısı, p: birim sayısı, m_i : i. gruba ait örnek büyüklüğü olarak tanımlanmaktadır. Böylece incelenen bağımlı değişkene ait genel ortalamayı temsil eden \bar{Y} aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{p=1}^{m_i} Y_{ip}}{N}$$

N ise $N = \sum_{i=1}^n m_i$ olarak hesaplanmaktadır. Tek yönlü varyans analizinde varyanslarda meydana gelen toplam değişkenlik gruplar arası değişkenlik ve gruplar içi değişkenlik olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Tek yönlü varyans analizinin gerçekleştirilebilmesi amacı ile gruplar arası, grup içi ve toplam değişkenliğin hesaplandığı formüller **Tablo.3'de** özetlenmiştir.

Tablo 3.6.1.1 ANOVA Tablosu

	Kareler Toplamı(KT)	Serbestlik Derecesi (sd)	Kareler Ortalaması(KO)	Test İstatistiği
Gruplar arası (GA)	$KT_{GA} = \sum_{i=1}^n \frac{T_i^2}{m_i} - \frac{T^2}{N}$	$v_i = n - 1$	$KO_{GA} = S_{GA}^2 = \frac{KT_{GA}}{v_1}$	$F_h = \frac{S_{GA}^2}{S_W^2}$
Gruplar içi (Gi)	$KT_{Gi} = \sum_{i=1}^n \sum_{p=1}^{m_i} X_{ip}^2 - \sum_{i=1}^n \frac{T_i^2}{m_i}$	$v_2 = N - n$	$KO_{Gi} = S_{Gi}^2 = \frac{KT_{Gi}}{v_2}$	-
Toplam	$KT_T = KT_{GA} + KT_{Gi}$	$v = N-1$	-	-

Yapılan hesaplamalar sonucunda elde edilen F test istatistiği F dağılımından elde edilen kritik değerler ile karşılaştırılmaktadır.

3.6.1.2 Kruskal –Wallis Testi

Çeşitli örneklemelerin aynı ya da benzer kitlelerden çekildiği hipotezini test etmede kullanılan ve geniş kapsamlı bir test olan Kruskal – Wallis testi, parametrik tek yönlü varyans analizinin (ANOVA) ranklarla yapılan parametrik olmayan karşılığıdır. İki veya daha fazla örneğin seçildikleri anakütlelerin olasılık dağılımlarının benzerliğini test eden Kruskal – Wallis testi iki örneklem durumunda (n=2) Mann-Whitney testine dönüşmektedir. F testinin kullanıldığı ANOVA’da gerekli varsayımların yerine gelmemesi durumunda kullanılması ile beraber sıralı bilgilere dayanması ve daha çok bilgi kullanması bu testin tercih edilme nedenleri arasındadır⁶³.

Kruskal – Wallis testine analizde kullanılan tüm verilerin n_1, n_2, \dots, n_n genişliğinde n tane örneklemden oluşur. Gözlemler örneklem içi ve örneklemeler arasında bağımsızlık özelliğini korumaktadır. Bağımsız değişken sürekli özellik göstermelidir ve analizde sıralı ölçüm ölçeği kullanılmaktadır.

⁶³ Gülay Kıroğlu, Uygulamalı Parametrik Olmayan İstatistiksel Yöntemler, Paymaş Yayınevi, 2001, İstanbul, ss.148

Testi ilişkin oluşturulacak hipotezler aşağıdaki gibidir.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_n \text{ (n kitlenin dağılım fonksiyonları aynıdır)}$$

$$H_a: \text{En az bir } \mu_j \text{ farklıdır (j = 1,2, \dots, n)}$$

Kruskal-Wallis testine ait test istatistiği ise;

$$KW = \frac{12}{m(m+1)} \sum_{j=1}^n \frac{R_j^2}{m_j} - 3(m+1)$$

olarak hesaplanır. Burada m_j : j. örneğin hacmi, R_j : j. örneğin sıra numarası, n: olasılık dağılımları karşılaştırılan örnek sayısı ve m: örnek hacmini temsil etmektedir. KW test istatistiği (n-1) serbestlik dereceli ki-kare dağılım göstermektedir⁶⁴.

3.6.1.3 Spearman Sıra Korelasyon Testi

Burada ele alınan korelasyon katsayısı Spearman tarafından 1904 yılında önerilmiştir. ⁶⁵ Pearson katsayısının parametrik olmayan bir karşılığı olan bu test iki sürekli değişken arasındaki ilişki miktarını ve yönünü ölçmede kullanılan parametrik olmayan bir yöntemdir. Spearman Sıra Korelasyon katsayısı iki farklı şekilde hesaplanmaktadır. Test istatistiğinin hesaplanabilmesi için veri setinin sayısal veya sayısal olmayan n adet gözlem çiftinden oluşması gerekmektedir.

Spearman sıra korelasyon katsayısı (r_s) ilişkilerin derecesi, gücü ve yönünü ölçebilmek amacıyla aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$
$$d_i = u_i - v_i$$

Burada d_i sıralar arasındaki farkları temsil ederken n ise terim sayısını temsil etmektedir. Test istatistiği r kritik tablosu ile karşılaştırılmaktadır. Spearman sıra korelasyon katsayısı bir algoritma yardımı ile hesaplanmaktadır ve aşamaları aşağıda belirtilmiştir.

⁶⁴ Kitap : Münevver Turanlı, Selahattin Güriş, “Temel İstatistik”, Der yayınları, 2012, toplam sayfa 608, s.564 İstanbul

⁶⁵ Işık A., “Uygulamalı İstatistik –II”, Beta Basım A.Ş, 2006, s. 220. İstanbul

1. Aşama: veriler küçükten büyüğe veya büyükten küçüğe doğru dizilerek sıra numaraları verilir.
2. Aşama: iki terime ait verinin değeri eşit ise sıra numaralarının ortalaması alınarak sıra numarası verilir.

Spearman sıra korelasyon katsayısı, korelasyon katsayısında olduğu gibi $-1 \leq r_s \leq 1$ aralığında yer almaktadır.

$r_s = -1$ olması durumunda negatif tam ilişki

$-1 < r_s < 0$ olması durumunda negatif ilişki

$r_s = 0$ olması durumunda ilişki yok

$0 < r_s < 1$ olması durumunda pozitif ilişki

$r_s = 1$ olması durumunda pozitif tam ilişki

şeklinde ifade edilir.

Örnekten hesaplanan Spearman sıra korelasyon katsayısının istatistiksel olarak sıfırdan farklı olup olmadığı test edilmektedir. Teste ilişkin oluşturulacak hipotezler ise tek taraflı ve çift taraflı olmak üzere aşağıdaki gibi oluşturulmaktadır.

$$H_0: \rho_s = 0$$

$$H_0: \rho_s = 0$$

$$H_a: \rho_s < 0 \text{ veya } H_a: \rho_s > 0$$

$$H_0: \rho_s \neq 0$$

3.6.1.4 Ki Kare (χ^2) Testi

Olasılık dağılımları incelenirken parametrik olmayan testlerden biri olan ki-kare testi değişkenler arasındaki değişimin rakamlarla ifade edilemediği durumlarda değişkenlerin nitelik sınıflarına ayrılması ile her sınıfa düşen birim sayısı hesaplanarak oluşturulan kontenjan tabloları yardımı ile hesaplanmaktadır.

3.6.1.4.1 Ki Kare (χ^2) Bağımsızlık Testi

Herhangi iki olay arasında bağımsızlığın olup olmadığının araştırıldığı ve teorik frekanslar ile gerçek frekanslar arasındaki farkların incelenerek hesaplamaların yapıldığı parametrik olmayan bir testtir.

Gerçek frekanslar ile teorik frekanslar arasındaki farkın sıfıra yakın olduğu veya gerçek frekanslar ile teorik frekansların birbirlerine yakın olduğu durumda gruplar arasında bağımsızlık olduğu varsayılırken, değerlerin birbirinden farklı olması durumunda ise bağımsızlık olmadığı sonucuna ulaşılır.

Ki-kare bağımsızlık testine ait hipotezler;

H_0 : bağımsızlık var

H_a : bağımsızlık yok

olarak kurulurken, test istatistiği ise aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(f_i - Np_i)^2}{Np_i} = \sum \frac{(f_i - f'_i)^2}{f'_i}$$

Bu ifadede;

f_i : gerçek frekanslar

f'_i : teorik frekansları ifade etmektedir.

Formülde geçen f'_i ifadesinin 5'den büyük olması gerekmektedir. Böylece denilebilir ki χ^2 bağımsızlık testinin hesaplanabilmesi için $f'_i \geq 5$ koşulu sağlanmalıdır. χ^2 bağımsızlık test istatistik değeri $v = n-1$ serbestlik dereceli, uygun hata payı ile χ^2 tablosundan elde edilen değer ile karşılaştırılır. χ^2 tablosunun derecesi $v \leq 30$ değerleri için kullanılmaktadır⁶⁶. Serbestlik derecesinin 30'dan büyük olması durumunda tablo değeri normal dağılıma yaklaşır.

3.7. Araştırmanın Temel Bulguları Analiz

Araştırmanın hipotezlerinin sınanması amacı ile toplanan veriler ve bu verilerin çözümlenmesinden elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

66 Turanlı Münevver, Güriş Selahattin, "Temel İstatistik", Der yayınları, 2012,s.564 İstanbul

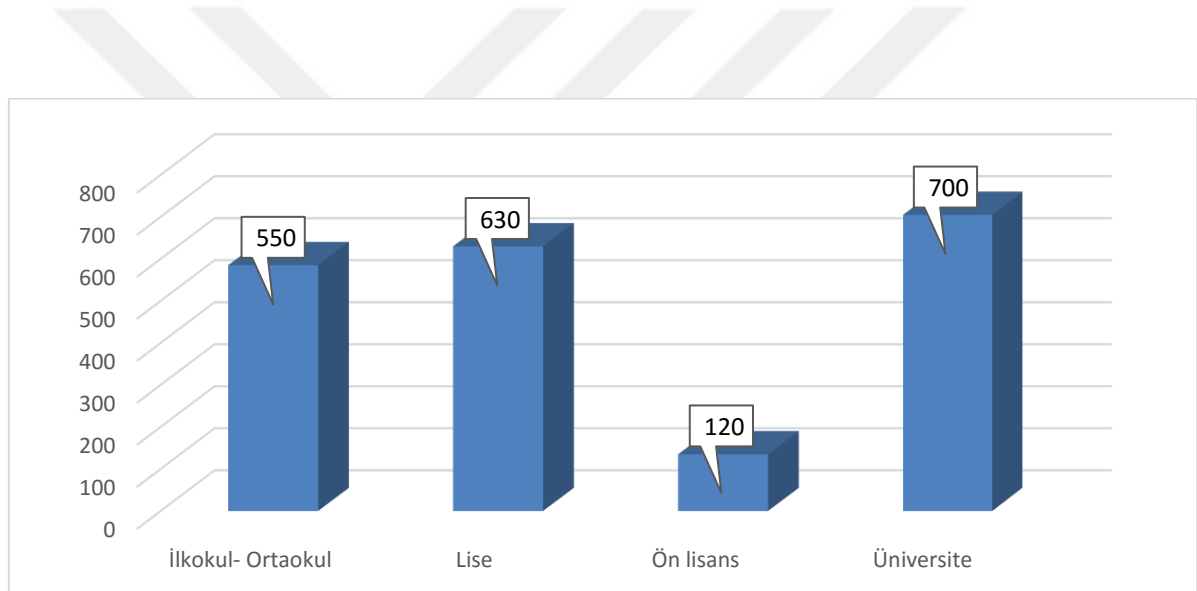
Hipotez 1 Kadın girişimciler arasında eğitim düzeyi arttıkça girişimcilik eğitimlerine katılım artmaktadır.

İstanbul Kültür Üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik Eğitimine katılıp sertifika lamaya hak kazanan 2000 kadın girişimcinin eğitim seviyelerine göre analiz yapılmıştır.

Yapılan bu analiz ile eğitim alan girişimcinin hangi eğitim düzeyine göre başvuru yoğunluğu olduğu ve bu yoğunlukla beraber devlet desteklerine başvuru isteği daha fazla olduğu görülmektedir.

3.7.1. Kadın Girişimcilerin Eğitim Seviyesi

İstanbul Kültür Üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik eğitimi alan kadın girişimcilerin eğitim seviyesi



Şekil 3.7.1 Girişimcilerin Eğitim Seviyesi

Girişimcilik Eğitimi Alan Kadın Girişimcilere Ait Eğitim Durumu Eğitim alan Kadın Girişimcilerden;

- 530 Kişi İlkokul-Ortaokul Mezunu,
- 630 Kişi Lise Mezunu,
- 705 Kişi Üniversite Mezunu,
- 135 Kişi Ön Lisans Mezunudur.

Büyük bir çoğunluğun Lisans mezunu olması dikkat çekmektedir. Sayısal veriler her ne kadar birbirlerine yakın olsa da, Ön Lisans mezunların en az sayıya sahip olduğu görülmektedir.

Yüzdeler bazında eğitim durumları Tablo 3.7.1’de mercek altına alınmıştır.

Tablo 3.7.1 Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Ait Yüzdeler

Eğitim Seviyesi
% 28.46 İlkokul-Ortaokul Mezunu
% 30.65 Lise Mezunu
% 34.30 Üniversite Mezunu
% 6.56 Ön Lisans Mezunu

Eğitim alan kadın girişimcilerin verilerin içerik analizi yapıldığında %34.30 oranında üniversite mezunlarının daha fazla eğitim aldığı ve işletme kurma sürecinde devlet desteklerinden yararlanma düşüncesi de ön plana çıkmaktadır.

Spearman Sıra Korelasyon Katsayısının Uygulaması

Hipotez 1'de kadın girişimciler arasında eğitim düzeyi arttıkça girişimcilik eğitimlerine katılım hipotezi Spearman Sıra korelasyon katsayısı ile incelenerek eğitim düzeyi ile girişimcilik eğitimlerine katılım arasında bir ilişki olup olmadığı, var ise derecesi ve yönü hakkında bilgi sahibi olma amaçlanmıştır. Sonuçlar Tablo 3.7.2'de gösterilmiştir.

Tablo 3.7.2 Eğitim Düzeyi ile Girişimcilik Eğitimlerine Katılım Arasındaki İlişkinin Spearman Sıra Korelasyon Sonuçları

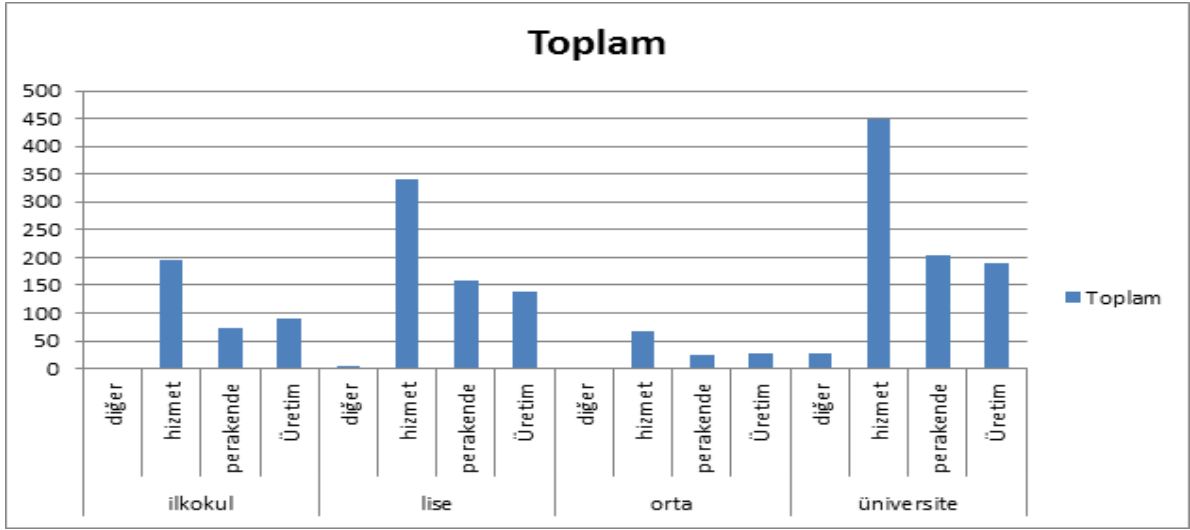
Spearman Rho (ρ_s)	-0.0357
Test istatistiği	
Prob > t	0.9394*

** %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde temel hipotez reddedilememektedir.

Tablo.3.7.2'deki sonuçlara bakıldığında temel hipotezinde eğitim durumu ile kişi sayısının birbirlerinden bağımsızlığı Spearman Sıra Korelasyon tablo değerine göre reddedilememekte ve eğitim durumu ile kişi sayısının birbirleri üzerindeki etkinin güçlü bir şekilde reddedildiği etkinin ancak negatif yönde %3 oranında olduğu görülmektedir.

$$P_n(j) = \frac{e^{V_{jn}}}{\sum_{k=1}^J e^{V_{kn}}} = \frac{e^{\beta'X_{jn}}}{\sum_{k=1}^J e^{\beta'X_{kn}}}$$

Hipotez 2 Girişimcilik eğitimine katılan kadın girişimci adaylarının iş fikirleri eğitim düzeylerine göre değişkenlik göstermektedir. Kadın girişimcilerin eğitim seviyesine göre iş fikrinin gösteren şekil 3.7.2 içerisinde üniversite mezunlarının ve lise mezunlarının hizmet sektörüne yoğunlaştığı görülmüştür.



Şekil 3.7.2 Girişimcilerin Eğitim Düzeylerine Göre İş Fikri

Üniversitede eğitim alan kadın girişimcilerde hizmet sektöründe perakende ve üretim sektöründe iş kurmak istemektedirler. Lise eğitimi alan girişimcilerde hizmet ve perakende sektörün de iş kurmaya yoğunlaşmışlardır. İlkokul ve ortaokul mezunu kadın girişimcilerde ise bu durum değişkenlik göstermemektedir. İlkokul ve ortaokul mezunu kadın girişimcilerde hizmet, perakende ve üretim sektöründe birbirlerine yakın oranlamalarda yer almaktadırlar.

ANOVA Uygulama Çıktısı

Hipotez 2'de girişimcilik eğitime katılan kadın girişimci adayların iş fikirlerinin eğitim düzeyine göre değişkenlik gösterip göstermediği araştırılmaktadır. Elde edilen bulgular tek yönlü varyans analizi ile de desteklenmiş ve eğitime katılım ile iş fikirlerine ait sonuçlar Tablo 3.7.4'de gösterilmiştir.

Tablo 3.7.3 Eğitime Katılım Düzeyi ile İş Fikirlerine İlişkin Tek Yönlü ANOVA Testi

	Kareler Toplamı (KT)	df	MS	F	Prob > F	χ^2	Prob > χ^2
Gruplar arası (GA)	1.58417	3	0.52805	0.70	0.5504**		
Gruplar içi (Gİ)	1499.1592	1995	0.75145				
Toplam	1500.7433	1998	0.75112			3.7683	0.288**

** %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde temel hipotez reddedilememektedir.

Tablo 3.7.4’de görüldüğü gibi girişimcilik eğitimine katılan kadın girişimci adayların iş fikirlerinin eğitim düzeyine göre değişkenlik gösterip göstermediği incelenmiş ve olasılık değerinin $0.5504 > 0.05$ ve ki-kare değerinin %5 anlamlılık seviyesinde reddedilememesi ile iş fikirlerinin eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır. Bir başka ifade ile eğitim düzeyinin iş fikirleri ile ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotez 3 Kadın girişimcilerin gelişiminde devlet ve özel sektör finansman destekleri olumlu etki yaratmaktadır.

Hipotezimizde öne sürdüğümüz düşünce girişimcilerin eğitim aldıkları zaman içerisinde yapılandırılmış formlar ile kendilerine yöneltilen sorulara cevap vermişlerdir. Bu sorular üniversite ve ilkököl mezunu girişimcilerin işletme kurma sürecinde iş yeri açmalarını kolaylaştıran sebeplere cevap aranmıştır.

İş Yeri Açma Nedenleri

İstanbul Kültür Üniversitesinde uygulamalı girişimcilik eğitimi almış olan kadın girişimcilerle yapılan görüşmeden elde edilen sonuç Tablo 3.7.5’de gösterilmektedir.

Tablo 3.7.4 İş Yeri Açma Sebebi

Üniversite Mezunları (75 Kişi)	İlkokul Mezunları (75)
a-) Kosgeb Destekleri : 10 Kişi	a-) Kosgeb Destekleri : 43 Kişi
b-)Kosgeb Olmasa da Devletin Her Alandaki Destekleri : 8 Kişi	b-)Kosgeb Olmasada Devletin Her Alandaki Destekleri : 8 Kişi
c-) Yatırımcıların Ortak arayışlarına Olan İnancı : 36 Kişi	c-) Yatırımcıların Ortak arayışlarına Olan İnancı : 7 Kişi
d-) Bankaların Kredi İmkanları : Yok	d-) Bankaların Kredi İmkanları : 10 Kişi
e-) Ailemin Maddi İmkanları : 21 Kişi	e-) Ailemin Maddi İmkanları : 7 Kişi

Kadın girişimciliğin gelişiminde devlet desteklerinden faydalanma durumuna göre katılımcıların gösterdiği dağılıma bakıldığında ilkököl mezunu girişimcilerin üniversite mezunu girişimcilere göre devlet desteklerinden yararlanma başlığı daha olumlu gözükmektedir.

- Yapılan 150 Kişilik görüşme çalışmasında üniversite mezunu olan girişimcilerin %7 oranında KOSGEB desteklerinden faydalanmak istediğini görülmektedir.
- İlkokul mezunu girişimciler KOSGEB Desteklerinden %58 oranında faydalanmak istemektedir.
- Üniversite mezunu girişimcilerin sektörde yatırımcı arayışına yönelim göstermiştir. Üniversite mezunları için yapılan anket çalışmasında %49 oranındadır. Üniversite mezunu olan girişimcilerin eğitim seviyesi yükselmesi sosyal çevrelerin gelişmesi ve ekonomik işbirliği yapabilecekleri bir alan kendilerine oluşturabilmektedirler.
- İlkokul mezunu girişimciler sektörde yatırımcı arama düşüncesi üniversite mezununa göre daha az düşünülmektedir. Bu konuda girişimciler çekimser davranmaktadır. Yatırımcı bulacağına olan inançları düşüktür.

Hipotezimize katkı sağlama amacı ile kadın girişimcilerin iş kurma sürecinde devlet destekleri ve özel finansman desteklerinden yararlanmalarının girişimcilere etkisini ölçmek amacı ile yapılandırılmış görüşme formları bu bölümde de kullanılmıştır.

Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Desteklerinin Etkisi

Bir Vakıf Üniversitesinden eğitim alan 2000 kadın girişimcinin içerisinde 150 kadın girişimciye eğitim seviyesine göre yapılandırılmış form uygulanmıştır. Uygulamalı girişimcilik eğitimleri kapsamında verilen devlet destekleri küçük ölçekli işletme kurulumu için yeterlimi sorusu uygulamalı girişimcilik eğitimi alan 75 kişi üniversite mezunu ve 75 kişi ilkököl mezunu katılımcılara soruldu ve verdikleri cevaplar analiz edildi. Tablo 3.7.6'da gösterilmektedir.

Tablo 3.7.5 Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Destekleri

Üniversite Mezunları (75 Kişi)	İlkokul Mezunları (75)
a-) Destek miktarları yetersiz : 37 Kişi	a-) Destek miktarları yetersiz : 15 Kişi
b-) Destek miktarları yeterli ve faydalı : 19 Kişi	b-) Destek miktarları yeterli ve faydalı : 14 Kişi
c-) Destek yetersiz, hammadde desteği gerekli : 6 Kişi	c-) Destek yetersiz, hammadde desteği gerekli : 32 Kişi
d-) İşletme kurulumu için teşvik edici ve cesaretlendirici : 12 Kişi	d-) İşletme kurulumu için teşvik edici ve cesaretlendirici : 9 Kişi
e-) Hiçbiri : 1 Kişi	e-) Hiçbiri : 5 Kişi

Değerlendirme sorularına iş kurma sürecindeki üniversite mezunu girişimciler 37 kişi %50 yakın oranda destek yetersiz olduğunu düşünmektedir. Destek miktarları yeterli diye cevap veren girişimciler 19 kişi ile % 25 oranına yakın bir cevaplama gitmiştir. Cesaret verici ve teşvik edici diyen girişimci oranında ise 12 kişi ile %16 yakın bir orandadır.

İlkokul mezunu kadın girişimci adaylarında ise destek miktarlarının yetersiz olduğu düşüncesi ağır basmaktadır. İlkokul mezunu girişimcilerin sermaye yetersizliği de devletin desteklerini almak isteyen girişimciyi negatif düşünceye itmektir. 32 kişi hammadde ihtiyacından ve desteklerin yetersiz olduğundan bahsetmektedir. Bu oran % 43 oranına yakındır. Destek miktarları yetersiz diyen girişimciler ise % 20 oranındadır.

Toplamda eğitim seviyesine bakılmaksızın devlet desteklerinden yararlanmak isteyen kadın girişimciler devlet uygulamalı girişimcilik eğitimi kapsamında destek miktarlarının yetersiz olduğu düşüncesine varan 150 kişi içerisinde 52 kişi % 35 yakın oranda cevap verilmiştir.

Ki-kare (χ^2) Uygulaması

Hipotez 3'de kadın girişimcilerin devlet ve özel sektör finansman desteklerinin olup etki bırakıp bırakmadığı Ki-kare (χ^2) bağımsızlık testi test edilmiştir. Üniversite ve ilkököl mezunundan oluşan toplamda 150 kişilik iki grup üzerinde devlet ve özel sektör destekleri Tablo 3.7.7'deki kontenjan tablosu yardımı ile incelenmiştir.

Tablo 3.7.6 Kadın Girişimcilere Ait Kontenjan Tablosu

Eğitim Seviyesi	Devlet Desteği	Özel Sektör Desteği	Toplam
Üniversite Mezunu	18	57	75
İlkokul Mezunu	51	24	75
Toplam	69	81	150

Tablo 3.7.7'deki kontenjan tablosuna bakıldığında ilkököl mezunu olup devlet desteğini olumlu karşılayan 51 aday, özel sektör desteğini olumlu karşılayan 24 aday bulunmaktadır. Bununla beraber devlet desteğini olumlu bulan toplamda 69 hem üniversite hem de ilkököl mezunu toplamda 69 aday bulunmaktadır.

Üniversite mezunu olup devlet desteğini olumlu karşılamayıp özel sektör desteğini olumlu karşılayan 57 aday bulunmaktadır. Tablo 3.7.7'deki kontenjanlara göre devlet desteği alıp almamanın eğitim seviyesi üzerinde bir etki yaratıp yaratmadığı Tablo 3.7.8'de χ^2 testi ile sınanmıştır. İlgili araştırmaya uygun hipotezler ile test sonuçları aşağıda verilmektedir.

H_0 : eğitim seviyesinin devlet desteği alıp almaması üzerinde bir farkı yoktur.

H_a : eğitim seviyesinin devlet desteği alıp almaması üzerinde bir farkı vardır.

Tablo 3.7.7 Ki-kare (χ^2) Test Sonuçları

Ki – kare χ^2 test istatistiği	Olasılık $> \chi^2$
27.00482	0.0012*

** %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde temel hipotez reddedilememektedir.

Test sonuçlarına bakıldığında $\chi_{0.05;1}^2$ serbestlik derecesi %5 anlamlılık seviyesinde temel hipotezin reddedildiği sonuç olarak devlet desteği alıp almama konusunda eğitim seviyesinin bir fark teşkil ettiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Hipotez 4 Kadın girişimciler yaratıcı düşüncenin iş kurma sürecinde kendilerine olumlu katkı sağlayacağına inanmaktadır. Kadın girişimciler yapılandırılmış formlarından iş kurma süreci ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında üniversite mezunu girişimcilerin yaratıcı düşüncenin işletmelere katkısını ve başarısını destekler düşüncesi ağır basmaktadır.

Uygulamalı girişimcilik eğitimine katılan 2000 kadın girişimci içerisinde 150 kadın girişimciye yapılandırılmış form uygulandı. Vakıf üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan 2000 kadın girişimci üzerinden 150 kişiye yaratıcı düşünce ve işletmeye faydaları üzerine yapılandırılmış form uygulanmıştır.

Tablo 3.7.8 Yaratıcı Düşüncenin İşletmeye Faydaları

Üniversite Mezunları (75 Kişi)	İlkokul Mezunları (75 Kişi)
a-) Yönetim Becerilerimi Destekler : 12 Kişi	a-) Yönetim Becerilerimi Destekler : 2 Kişi
b-) İşimin Başarısını Destekler : 46 Kişi	b-) İşimin Başarısını Destekler : 19 Kişi
c-) Para Kazanmamı Sağlar : 23 Kişi	c-) Para Kazanmamı Sağlar : 32 Kişi
d-) İyi Bir Sosyal Çevre Sağlar : 4 kişi	d-) İyi Bir Sosyal Çevre Sağlar : 11 Kişi
e-) Hiçbiri : Yok	e-) Hiçbiri : 1Kişi

Girişimciler çalışmak istedikleri alanları mesleki yeterlilikleri sebebi veya ihtiyaç halinde olduklarından seçmektedirler. Bireysel yaratıcı çözümler ile kendilerine kazanç sağlayarak ek olarak sermaye birikimi de sağlamaktadırlar. Girişimcinin kazanç sağlaması için eğitim seviyesi girişimciliğin önünde engel oluşturmamaktadır.

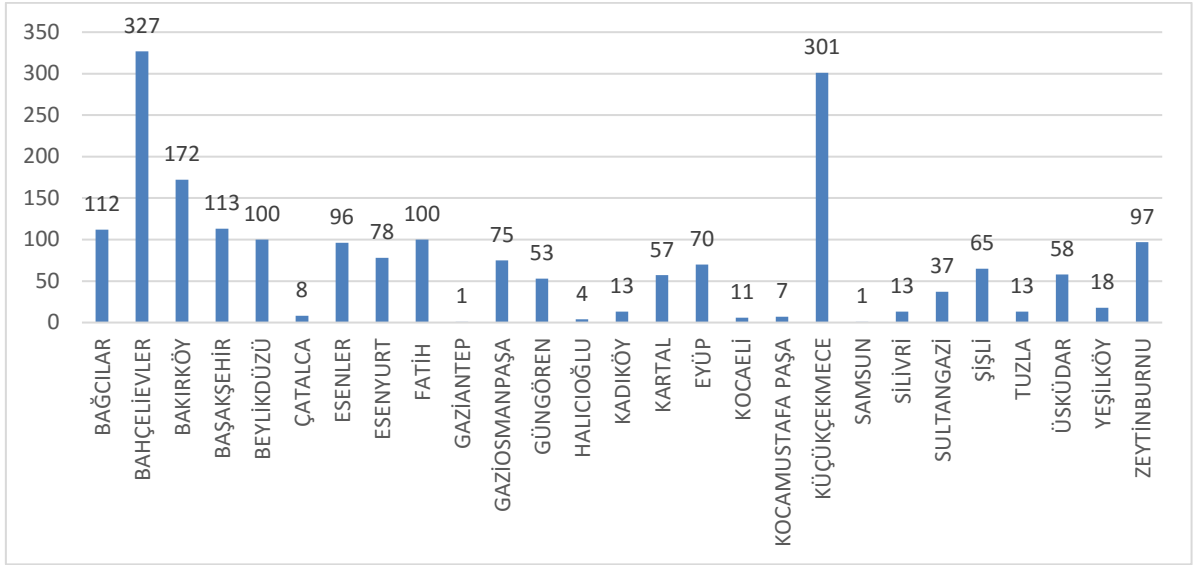
Bunun sebebi ise yaratıcı düşünce ile tüketiciler olan kitlelerin ihtiyaçlarını görebilmek ve onu tüketicilerin hizmetine sunmaktır. Bu sebep ile niversite mezunu girişimci ile ilkokul mezunu girişimci arasında oluşan tek fark niversite mezunu işimin başarısını destekler düşüncesinde birleşmektedir. İlkokul mezunu girişimci cevaplarında ise çok para kazanmamı sağlamakta cevabı verilmiştir.

Yaratıcı düşünce ve İşletmelere Faydaları başlıklı 150 Kişilik görüşme form çalışmasında kadın girişimcilerin genel olarak %99'u olumlu düşünmektedir. Üniversite mezunu kadın girişimcilerin yaratıcı düşüncenin işime katkısı başlığına bakıldığında %61 yakın sonuç elde edilmektedir. Çok para kazanmamı sağlar düşüncesi % 31 seviyesindedir. İlkokul mezunlarında bu oranlama %24 seviyesinde kalmaktadır. İlkokul mezunu girişimci adayları işletme kurma ve devam ettirme süreçlerinde sadece ticari kazanç ve karlılık mantığı ile hareket etmektedir. Çok para kazanmamı sağlar ilkokul mezunlarında ise %42 oranındadır.

Hipotez 5 Kadınların girişimcilik eğitimlerine katılım durumunda eğitim aldıkları kurum ile girişimcilerin yaşadığı bölge arasındaki mesafe belirleyicidir.

Kadın Girişimcilerin Yaşadığı Bölgeler

Kadın girişimciler son yıllarda birçok çalışmaya katılmakta ve başarı sağlamaktadırlar. Bahsedilen eğitimler ışığında kadın girişimcilerin yaşadığı bölgeler, Şekil 3.7.3 aracılığı ile ele alınmaktadır. Şekil içerisinde İstanbul ilinden eğitim için başvuru yapmış olan kadın girişimcilerin yaşadıkları bölgeler ve İstanbul dışından katılım gösteren az sayıda kursiyer olduğu tespit edilmiştir.



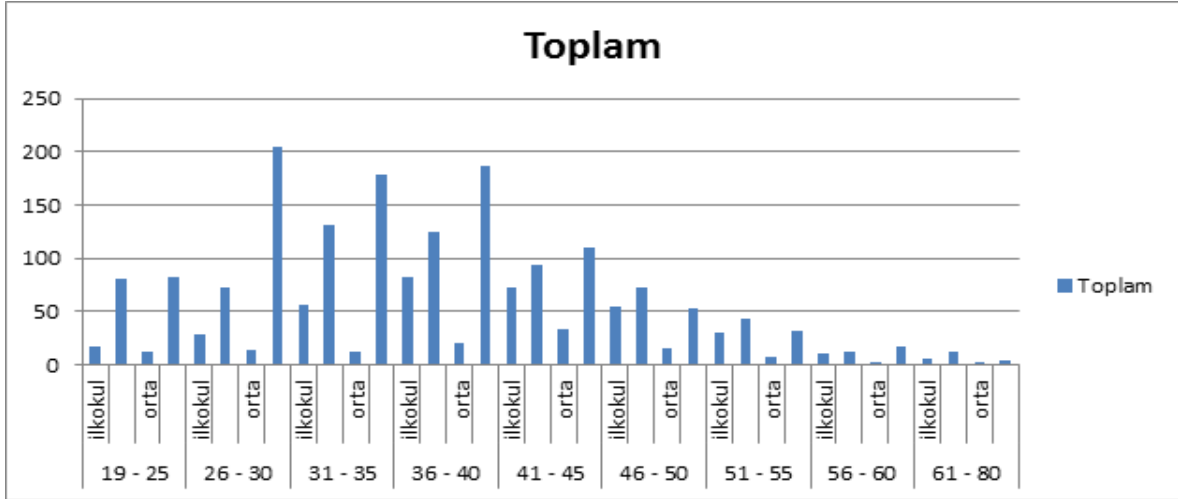
Şekil 3.7.3. Kadın Girişimcilerin Yaşadığı Bölgeler

Vakıf üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan 2000 kadın girişimcinin yaşadıkları bölgelere bakıldığında İstanbul Avrupa yakasında bulunan 21 ilçe içerisinde eğitime katılan ve analizi yapılan 1904 kişi yer almaktadır. Anadolu yakasından 3 ilçe içerisinde Tuzla, Kartal, Kadıköy bölgelerinde 83 Kişi eğitime katılmıştır. İstanbul dışından Gaziantep, Samsun, Kocaeli illerinden eğitime katılan kadın girişimci adayları 13 kişidir.

Yapılan araştırmaya göre, İstanbul'un Avrupa yakasından eğitimlere katılan kişilerin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Aynı zamanda, Kocaeli, Samsun ve Gaziantep'ten de katılımların gerçekleştiği gözlemlenmektedir. İstanbul Kültür Üniversitesi Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan kadın girişimcilerin eğitim aldıkları kurumun yakınlığına bakıldığında 2000 kişi kadın girişimcilerin yaşadıkları bölge içerisinde 7 ilçede toplamda 973 kişidir. Toplam rakam içerisinde %48 oranında üniversitenin bulunduğu bölgelerde yakın yaşamakta oldukları tespit edilmiştir. Bu oranlamalarda kadın girişimcilerin İstanbul Kültür Üniversitesini tercih etme sebepleri arasında üniversitenin girişimcilerin yaşam alanlarına olan yakınlığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotez 6 Kadın girişimleri arasında girişimcilik eğitimlerine katılma durumu yaşa bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Üniversiteden eğitim alan kadın girişimcilerin eğitim seviyelerine bakıldığında ilkökul ortaokul, üniversite ve myo mezunu kişilerin yaş aralığı ve

eğitim seviyesi ulaşılmıştır. Yaş aralığına bakıldığında genç girişimcilerin yoğun başvuru yaptığı tespit edilmiştir.



Şekil 3.7.4 Girişimcilerin Yaş aralığına Göre Eğitim Seviyesi

Şekil içerisinde kadın girişimcilerin 51 ve 80 yaş aralığındaki grupların çok daha az katılım sağladığı görülmektedir. Girişimcilerin yaş seviyesine bakıldığında 26-30 yaş arasından bulunan üniversite mezunu genç girişimcilerin eğitim aldığı görülmektedir. Bunun hemen arkasından 31-35 ve 36-40 yaş arası üniversite mezunu girişimcilerin eğitim aldığı görülmüştür. Toplamda üniversiteden eğitim alan kadın girişimcilerin büyük oranda genç katılımcılar olduğu görülmektedir. Bu sonuç kendi kazancını sağlamak isteyen kendi işinin sahibi olmak isteyen girişimci adaylarının olduğunu da ortaya çıkarmaktadır.

Kruskal – Wallis Test Sonuçları

Hipotez 6'de belirtilen kadın girişimcilik eğitimlerine katılma durumu yaşa bağlı olarak değişkenlik göstermektedir hipotezi Kruskal-Wallis Testi ile istatistiksel olarak incelenmiştir.

Gösterdiği Değişkenliğe ait Kruskal – Wallis Rank Test Sonuçları

Tablo 3.7.9 Kadın Girişimcilik Eğitimlerine Katılma Durumu Yaşa Bağlı Olarak

Yaş Grubu	Gözlem Sayısı	Rank Toplamı
19-25	193	18721
26-30	322	114149
31-35	378	266301
36-40	417	459577
41-45	311	455883
46-50	197	338840
51-55	112	209944
56-60	45	87885
61-80	24	47700

H_0 : her bir yaş grubunun dağılımı birbiri ile aynıdır.

H_a : en az bir yaş grubunun dağılımı farklılık göstermektedir.

Tablo 3.7.10 Kruskal-Wallis Rank Testi Sonuçları

χ^2	Olasılık Değeri	χ^2 with ties	Olasılık Değeri
1946.297	0.0001*	1984.464	0.0001*

** %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde temel hipotez reddedilmektedir.

Tablo sonuçlarına bakıldığında temel hipotezinde her bir yaş grubunun dağılımının birbirleri ile aynı olduğu sınanmaktadır. Ki-kare test sonuçları %5 anlamlılık seviyesinde temel hipotezin reddedildiğini, yaş gruplarının eğitime katılma durumu üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Geçmişten günümüze gerek girişim ve gerekse girişimci olgularına atfedilen önemde büyük değişimler yaşanmaktadır. Bunun nedeni olarak da, yaşanan büyük gelişmeleri ve bununla doğru orantıdaki talepleri göstermek mantıklı olmaktadır. Girişimcilik insanlığın var oluşundan bu zamana kadar devam eden topluma hizmet ekonomiye destek ve ulusal çıkarları destek için var olan bir olgudur.

Son yıllar içerisinde girişimciliğin gelişmesinde ve teşvikler açısından da bakıldığında da teknolojinin ve inovasyon çalışmalarının önemi büyüktür. Ülkenin kalkınmasında da etkili olan Girişimcilik teknolojik yenilikler ile birlikte farklı bir boyuta girmiştir. Günümüzde teknolojiye, girişimcilikte, sanayide ve diğer alanlarda dünya standartlarına gelebilmek için devlet destekleri ve özel finansman destekleri hız kazanmıştır. Ülkeler gelişmişlik düzeylerinin artırmak için sanayi ve teknoloji alanlarına yatırım yapan işletmeleri desteklemekle kalmayıp yurt dışı piyasalarına açılmaları için teşvik vermektedirler. Her geçen gün girişimciliğin değeri artmakta ve özellikle de kadın girişimciliği üzerinde daha fazla durulduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında konuyla ilgili ulusal yazın ayrıntılı bir biçimde taranmıştır.

Çalışmamızın birinci bölüm içerisinde girişimcilik işlevleri ve türleri anlatılmaktadır. İşletmeler için önem arz eden üretim ve maliyet konularına da değinilmiştir. İşletmeler için diğer önemli bir konu olan pazarlama ve boyutları açıklamalı bir şekilde ele alınmıştır. Pazarlama alanlarında girişimcilerin dikkat etmesi gereken konuların süreçlerin anlatıldığı bir anlatım yer almaktadır.

Çalışmamızın ikinci bölümünde işletmeler için devlet destekleri ve özel finansman destekleri anlatılmaktadır. Kadın girişimcilerin bu destekler ile ilgili bilgilenmeleri ve bu süreç ile ilgili yararlanmalarına etki edecek bir çalışma yapılmıştır. Destek miktarları, şartları kadın girişimcilerin sektöre giriş yapmadan önce bir referans olabilecek ve teşvik edecek bir çalışma hazırlanmıştır. Sanayi alanında iş yapmak isteyen teknoloji alanında iş yapmak isteyen kadın girişimcilerin destek miktarlarının erkek girişimcilere göre fazla olması da kadının iş dünyasına girmesine etki etmektedir.

Girişimcilik alanında başarı göstermeye başlayan kadın girişimciler devlet desteklerinin de içiresinde erkek girişimcilere göre destek oranlarında %20 oranında bir fark ile desteklenmektedirler. Kadın girişimcilik daha fazla destek verilmesi ile birlikte girişimcilik destekleri hız kazanmıştır.

Başarılı girişimcilere ait bazı ortak özellikler sıralanmak istendiğinde:

- Başarılı girişimcilere bakalım önce fırsat olduğu kanaati yüksektir, sonra fırsatın ne olduğunun sıkı takibindedir
- Sanki geleceğini bu günden görmektedir girişimciler. Fikirlerini paraya çevirmeye hazırdır.
- Girişimci hırslıdır. İyinin önünde olmak ister
- Müşteri iç seslerini işitir.
- Çalışanları onların iş ortaklarıdır.
- Tasarımda hayal perest, üretim ve uygulamada radikal gerçekçi.
- Kötümser de nedir onlar için, buna çok yabancıdırlar.
- Olumsuz koşulların onları yıkması imkansızdır.

Şimdi verilere odaklanarak analizlere bakalım:

- Türkiye için durum 2009 yılı verilerine göre kadınlarda çalışma, ekonomiye katılım 25,9
- AB ülkeleri için bu oran % 57.2 ile ekonomiye katılımıdır.
- AB ülkeleri kadın yöneticinin durumu açısından % 33 ile belirginken,
- Türkiye'de kadın yönetici % 7.8 gibi küçük bir orandadır.
- AB ülkeleri politika yapan kadınlar açısından % 24 iken.
- Türkiye kadın politikacılar açısından % 9.1.
- Üniversite bitiren bayanlar AB ülkelerinde % 58.9, Türkiye'de ise % 43 şeklindedir.⁶⁷

Kadın girişimcilerin sektörlere giriş yapmaları kendilerine ait işyerleri kurmaları başlı başına bir yatırım gerektirmektedir. Sermayesi olmayan girişimcileri teşvik etmek amacı ile devlet desteklerinin işletme kurmak isteyen kadın girişimcilere katkılarında yatırım yaptıkları alanın %60 oranındaki kısmını geri alma imkânı sunmaktadır.

67 BEKTAŞ, A. Aynur Bektaş: "AB'ye damsız almıyorlar", 2010, <http://www.stargazete.com/ekonomi/aynur-bektas-ab-ye-damsiz-almiyorlar--haber-248343.htm>, 29.12.2016.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde kadın girişimciler için önem arz eden devlet destekleri ve özel finansman yöntemlerinden yararlanmak isteyen kadın girişimcilerin eğitim aldıkları kurum içerisinde bilgilenmelerinin sağlanmasının yanı sıra eğitim alan 2000 kadın girişimci bilgilerinin de analizi ve verilerinin istatistiksel analizleri yapılarak girişimci kadınların sektör ve iş kurma süreçleri ile ilgili bilgilere ulaşılmıştır. Ulaşılan bilgiler ile kadın girişimcilerin üzerinde analiz yapılarak belirli sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmanın içerisinde uygulanan yapılandırılmış görüşme formu ve verilerin analizi ile birlikte iş kurma sürecindeki kadın girişimcilerin eğitim durumu ve yaş aralığında ki değişkenliklerin negatif yönde bir orantı ile %20 oranında değer ile sonuçlandığı görülmektedir.

Çalışmamız ayrıca verilerin istatistiksel analizi yapılmadan önce veriler içerisinden elde edilmesi planlanan sonuçların, kadın girişimcilerin yaş aralıklarına göre yapmak istedikleri iş fikirleri arasında yüksek bir değişkenlik olması öngörülmüştür. Verilerden elde edilen analiz sonuçları bunu tam tersi ile sonuçlanmaktadır. Kadın girişimcilerin iş fikirleri ile eğitim durumları arasında bir fark yoktur. Çalışmamızda hipotezimiz ile ilgili pozitif olan beklentimiz negatif yönde çıkmıştır.

Verilerin içerisinden elde ettiğimiz bilgiye göre kadın girişimcileri eğitim durumu ile girişimcilerin yaşadıkları bölgelerin eğitim gördükleri bölgeye olan uzaklık arasında zayıf bir ilişki olduğu saptanmıştır. İstanbul Kültür Üniversitesinden eğitim alan kişilerin yaşadıkları bölgenin eğitim aldıkları kuruma yakınlık mesafesinin etkisi olmadığı düşünülmektedir.

Kadın girişimciler içerisinde eğitim seviyesine göre iş fikirlerinin birbirlerine etki oranı tespit edildiğinde % 5 oranında bir değer çıkmaktadır. İlkokul mezunu eğitim alan kadın girişimcilerin sektörde iş fikri olarak tercih ettiği alan hizmet sektörü olarak sonuçlanmıştır. Üniversite mezunu olan girişimcilerin ise hizmet sektörünün yanında perakende ve üretim alanına daha fazla yoğunlaştığı görülmektedir. Eğitim seviyesinin seçilen iş fikri ile negatif yönde bir sonuç çıktığı görülmektedir.

Eğitim alan kadın girişimcilerin yaşa bağlı olarak katılım durumlarına bakıldığında ise yaş seviyesi yukarıda olan girişimcilerin daha az katılım gösterdiği görülmektedir. Bunun yanında % 5 anlamlılık seviyesinde temel hipotez reddedilerek yaş seviyesinin eğitime katılma durumu üzerinde bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kadın girişimcilerin devlet ve özel sektör finansman desteklerinden yararlanma düşüncesinde olup etki bırakıp bırakmadığı bağımsızlık testi test edilmiştir. Çalışmanın serbestlik derecesi küçük bir oranlama ile temel hipotezin reddedildiği kanısına varılmış ve sonuç olarak devlet desteği alıp almama konusunda eğitim seviyesinin bir fark teşkil ettiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Eğitim alan kadın girişimcilerin eğitimi durumu ile eğitime katılan kadın girişimci sayısının birbirleri üzerindeki etkinin negatif olduğu ve reddedildiği görülmektedir. Eğitim alan kadın girişimcilerin eğitim seviyesinin devlet desteklerine başvurmada düşük oranlama ile fark teşkil etmektedir.

Sonuç olarak yapılan bütün analiz ve çalışmalar içerisinde kadın girişimci adayları iş kurma süreçlerinde devlet destekleri ve özel finansman yöntemleri ile ilgili bilgilendirilmektedir. Kadın girişimcilerin eğitim seviyesi, yaş aralıkları, iş fikirleri, girişimcilerin yaşadıkları bölgeler iş kurma süreçlerinde yaşa bağlı olarak sektör tercihi ve eğitim alan kadın girişimcilerin katılım oranının ölçülmesi, iş kurulumunda sektör tercihlerinde eğitim seviyesine göre ölçümleri yapılmış olup hipotezlerimiz ile ters orantılı sonuçlara ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

AKAD, İ. ve ÜNEL, N., İşletme Yönetimi ve Yönetici, Aydın Yayınevi, İzmir, 1987.

ALPUGAN, O.; *Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*, Der Yayınları, İstanbul.

AŞKIN, Ayşin, 'Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi', *Girişimcilik Kalkınma Dergisi*, 6 (2011)

BARON, Robert A., Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently Than Other People, *Journal of Business Venturing*, Vol. 13, 1998,

BATUM, Ufuk, TAKAY, Bahar, TÜZÜN, İpek, KIRAL, Selin, ÇİFTÇİ, Sezgin, Ankara'da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası, Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara, 2014

BEDÜK, A. Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, www.esosder.com, ISSN:1304-0278, C.3, S.12. <http://www.e-sosder.com/dergi/1208-BEDUK.pdf>, 28.12.2016.

BEKTAŞ, A. Aynur Bektaş: "AB'ye damsız almıyorlar", 2010, <http://www.stargazete.com/ekonomi/aynur-bektas-ab-ye-damsiz-almiyorlar--haber-248343.htm>, 29.12.2016.

CİN, Hatice/ YAMUK, Günay Günsevrim, 'Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri ile Duygusal Zekâları Arasında ki İlişki: Edirne Örneği', *Girişimcilik Kalkınma Dergisi* (2013)

ÇAKICI, Ayşehan, Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1 (2004)

ÇELİK İsmail, Katılım bankaları Denetleme Sorunsalı, *ANKA e-Dergi*,(2016),Cilt 1,Sayı 1,

ÇETİNKAYA BOZKURT, Özlem/ KALKAN, Adnan/ KOYUNCU, Osman/ ALPARSLAN, Ali Murat, 'Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi; Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma', *Süleyman Demirel Üniversitesi SBE Dergisi*, 15 (2012)

DAL, Nil Esra/ DAL, Veysel, 'Girişimci Pazarlama Kavramsal Bir Çalışma', *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 8, Sayı 14 (2016)

ER Bünyamin / Şahin,Yunus Emre / Mutlu Mesut , ‘Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler’, Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, (2015)

ERBOY, Nedret/ **MARANGOZ**, Mehmet, ‘Pazarlamada Paradigma değişimi Girişimci Pazarlama’, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2,Sayı 1, Haziran (2013)

ERSÖZ Oya,Ersan Tuğçe,Kobilerin Finansmana Erişimi ve Yararlanabilecekleri Destek Programları,TOBB AB Daire Başkanlığı,2010 Ağustos,

GÜLAY Kıroğlu, Uygulamalı Parametrik Olmayan İstatistiksel Yöntemler, Paymaş Yayınevi, 2001, İstanbul,

GÜNEY, Semra, *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2008

IŞIK A., “Uygulamalı İstatistik –II”, Beta Basım A.Ş, 2006, İstanbul

KARABAYIR Mehmet Emin, Gülşen Ahmet Zafer, Çiftci Sertac, Muzaffer Haroon, Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığın Rolü: Türkiye’deki Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,2012, Cilt 67,No:2

MORIS and P.S. **LEWIS**, “Entrepreneurship as a Significant Factor in Societal Quality of Life”, Journal Of Business Research, Vol: 23, (1991)

MÜFTÜOĞLU, Tamer/ **ÜRPER**, Yılmaz/ **BAŞAR**, Mehmet/ **TOSUNOĞLU**, Tuğberk, *Girişimcilik*. (Eskişehir: Açık öğretim Fakültesi Yayını, 2007)

MÜNEVVER turanlı, Selahattin giriş, “Temel İstatistik”, Der yayınları, 2012, toplam sayfa 608, İstanbul

ONKAR Kemalettin,Risk Sermayesi Ve Finansman Yöntemi, İstanbul Ticaret Odası, 2007 Aralık, Sayı 67,

ÖKTEM, Mustafa Kemal/ **AYDIN**, Mehmet Devrim/ **EKİNCİ**, Serdar, ‘Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı bir çalışma’, *Sosyo-Ekonomi Ocak –Haziran. 2007*

ÖZKILINÇ Damla N. , ‘Türk Kobi’leri İçin Alternatif Finans Bulma Yöntemleri Ve Sermaye Piyasası’, Journal of Yasar University, (2014)

PEHLİVAN Pınar, Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Bankacılık Sektöründeki Önemi, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi,(2016) Nisan

SAYGILI Şeref, Cihan Cengiz, Yurtoğlu Hasan, Türkiye Ekonomisinde Sermaye Birikimi, Büyüme Ve Verimlilik: 1972-2000 , Ekonomik Modeller Ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Yayın No: DPT. 2665,

SUĞUR, Serap, DEMİRAY, Emine, EŞKİNAT, Rana, AĞAOĞLU, Esmahan, Toplumsal Yaşamda Kadın, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2009

TINAZ Titiz, *Girişimcilik*, İnkılap Kitabevi, 1994, İstanbul

TOP, Seyfi, Girişimcilik Keşif Süreci. İstanbul: Beta Yayınları, 2006.

Türkiye Genç İş adamları Derneği, *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri*, Simge Ofis Matbaacılık, İstanbul, 1993

ULUYOL Osman, Girişimcilikte Alternatif Bir Finansman Modeli Olarak melek Finansman Yöntemi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, (2008)Cilt 3

YILDICIM Y. Tansoy, Girişimcilik, *Girişim Girişimci Girişimcilik ve Risk Yönetimi Kavramları*, 1. Baskı (İstanbul: Beta Basım Yayın, 2013)

YİĞİT, Sema, İnovasyona Davranışsal Yaklaşımın Bir Yansıması: Kurumsal Girişimcilik, The Journal of Academic Social Science Studies,2014, number -30

Marangoz Mehmet, Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi,2014

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİ GELİŞTİRME İDARESİ BAŞKANLIĞI, <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1228/isbirligi-gucbirligi-destek-programi>>,

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİ GELİŞTİRME İDARESİ BAŞKANLIĞI,
<<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/3288/kobigel-kobi-gelisim-destek-programi>>,

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİ GELİŞTİRME İDARESİ BAŞKANLIĞI, 7 Mart
2016 <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1231/girisimcilik-destek-programi>>,

<http://tdk.gov.tr>, 18.12.2016.

<http://tr.scribd.com>, 18.12.2016.

<http://www.unigirisim.com>, 19.12.2016.

"Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Girişimcilik", <http://www.adam-europe.eu/prj/9146/prj/T%C3%BCrkiyede%20Kad%C4%B1n%20Giri%C5%9Fimcili%C4%9Fi%20ve%20%C4%B0stihdam%C4%B1.pdf>, 27.12.2016.

<https://www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/kamu/ulusal-destek-programlari/icerik-1007-kamu-kurumlari-arastirma-ve-gelistirme-projelerini-dp>,19.12.2016

<http://www.istanbulggk.net/hakkimizda/default.aspx>,19.12.2016

<http://burakbudak.com/kurumsal-girisimcilik-ornegi-enpara-com>/26.12.2016

<http://www.tuik.gov.tr/> 26.12.2016

<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/comuybd/article/view/5000037421>,26.12.2016

<http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda/tarihce>,26.12.2016