



T.C.  
KTO Karatay Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı

# **GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ İŞ YAŞAM DENGESİNDE ENGEL VE FIRSAT ANALİZİ: KONYA İLİ ÖRNEĞİ**

Tuğçe GÖKÇİL

Yüksek Lisans Tezi

KONYA  
*Ocak, 2019*

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ İŞ YAŞAM DENGESİNDE ENGEL VE  
FIRSAT ANALİZİ: KONYA İLİ ÖRNEĞİ

Tuğçe GÖKÇİL

KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı

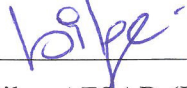
Yüksek Lisans Tezi

KONYA  
*Ocak - 2019*

## KABUL VE ONAY

Tuğçe GÖKÇİL tarafından hazırlanan “Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği İş Yaşam Dengesinde Engel ve Fırsat Analizi: Konya İli Örneği” başlıklı bu çalışma, 31.01.2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

(imza)



Doç. Dr. Bilge AFŞAR (Danışman)

(imza)



Dr. Öğr. Üyesi Birol BÜYÜKDOĞAN

Dr. Öğr. Üyesi Birol BÜYÜKDOĞAN

(imza)

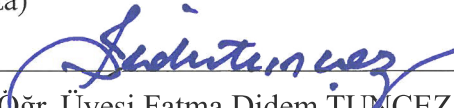


Dr. Öğr. Üyesi Burcu DOĞANALP

Dr. Öğr. Üyesi Burcu DOĞANALP

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

(imza)



Dr. Öğr. Üyesi Fatma Didem TUNÇEZ

Enstitü Müdürü

## ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez/Proje Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

---

.18../.02../2019

Tuğçe GÖKÇİL

(imza)



## ÖNSÖZ

Tez konusu seçimimden başlayarak, çalışmam boyunca bilgi ve tecrübelerini paylaşan, beni yönlendiren ve desteğini benden esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Bilge AFŞAR'a teşekkürlerimi sunarım.

**Tuğçe GÖKÇİL**  
**Konya, 2019**



## ÖZET

### GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ İŞ YAŞAM DENGESİNDE ENGEL VE FIRSAT ANALİZİ: KONYA İLİ ÖRNEĞİ

GÖKÇİL, Tuğçe

Yüksek Lisans, İşletme Bölümü

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Bilge AFŞAR

Ocak 2019

Bireyin toplum içindeki konumu, ayrıcalıkları, sorumlulukları, ve diğer bireylerle olan iletişimini yönlendiren kuralları rol faktörü belirlemektedir. İş ve aile; insanların hayatlarının büyük kısmını oluşturduğu için bireyler uzun vadede iş ve aile yaşamında başarı ve mutluluk arayışına girmektedirler. İş yaşamı-aile yaşamı dengesi dışında çatışmalarda görülebilmektedir. Bu çerçevede ele alındığında iş ve aile yaşam çatışması, her iki tarafında rol taleplerinde birbirini tatmin etmediği ve taleplerin kesişmesi sonucunda meydana gelen roller çatışması olarak açıklanabilmektedir.

İki yönlü oluşu iş-aile çatışmasının en belirgin özelliklerindedir. İş-aile çatışması; iş hayatının taleplerinin aile hayatını tatmin etmediği durumlarda ortaya çıkmaktadır. Aile-iş çatışması ise; tam tersi durumda aile hayatındaki taleplerin iş hayatını karşılamadığı durumlarda meydana gelmektedir. Ailedeki sorumlulukları erteleyen iş, kişinin iş tatminini azaltmaktadır. İş yaşamından kaynaklanan olumsuz etkenler bireyin aile yaşamını yıpratır ve iş-aile çatışmasına yol açar. İş-aile çatışması içinde bulunan bir birey, ailedeki sorumluluklarını yeteri kadar yerine getiremeyerek hem kendisini kötü hissedecek hem de aile bireyleri ile arasındaki iletişimlerini zamanla kopacaktır. Bu durum bireyde iş yaşamını kendisinden uzaklaştırmasına ve iş hayatında uzun vadede başarısızlıklara sebep olmaktadır.

Bu çalışmada; çalışan kadınların toplumun önyargılarından ve aile sorumluluklarından dolayı olumsuz şekilde etkilenmelerinin üzerinde durulmuştur. Aynı zamanda Türkiye’de toplumsal olarak kadınların ev işlerindeki rolü oldukça değersiz ve yapılması gereken bir vazife olarak görülmektedir.

Bu çalışma ile kadın girişimcilerin girişimciliğinin iş-aile yaşamı dengesi üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda, iş aile yaşam çatışması olgusu ve bu olgunun alt konuları olan iş-aile çatışması (iş yaşamındaki rolünün aile yaşamındaki rolü ile çatışması) ve aile-iş çatışması (aile yaşamındaki rolünün-iş yaşamındaki rolü ile çatışması) kadın girişimcilerin yaşamlarındaki stres düzeyleri ele alınmıştır. Araştırma verilerin toplanması için araştırmanın uygulama bölümünde; bağımlı değişken ile bağımsız değişkenlere yönelik verilerin elde edilmesinde kişisel bilgi anket formlarından yararlanılmıştır. SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) paket programı verilerin uygulanmasında kullanılarak ilk olarak sosyo-demografik özelliklerini çıkartmak için frekans dağılımları ile bu dağılımlardan faydalanarak oluşturulan soruların normal dağılımını bilmek için varyansların homojenliği analizi ve normallik testi, güvenilirlik testi, faktör analizi, tek yönlü ANOVA analizi, korelasyon analizi ve frekans analizine tabi tutulmuştur. Bu bağlamda 150 katılımcı ile yüz yüze görüşme sureti ile veriler elde edilmiş olup, Konya'da ki kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı tatminleri ve girişimcilikte karşılaştıkları sorunlar belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada nicel veriler kullanılmıştır. Çalışmanın devamında ise sorunları gidermeye yönelik çözümler getirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Kadın girişimci, aile yaşamı tatmini, iş-aile yaşam çatışması

## **ABSTRACT**

### **ENTREPRENEURSHIP ANALYSIS IN ENTREPRENEURSHIP AND WOMEN ENTREPRENEURSHIP BALANCE: THE CASE OF KONYA**

GÖKÇİL, Tuğçe

Master Of Business Administration

Supervisor: Doc. Dr. Bilge AFŞAR

January 2019

The role factor determines the individual's position in society, privileges, responsibilities, and the rules governing communication with other individuals. Work and family; As individuals make up most of their lives, individuals seek long-term success and happiness in work and family life. Business life-family life can be seen in conflicts outside the balance. In this context, the conflict of work and family life can be explained as not satisfying each other's role demands on each side and the conflict of roles resulting from the intersection of demands.

The fact that it is bi-directional is one of the most distinctive features of the work-family conflict. Work-family conflict; it arises when the demands of business life do not satisfy family life. Family-work conflict; on the contrary, when the demands of family life do not meet the business life. Delaying responsibilities in the family reduces job satisfaction. Negative factors caused by the business life wear down the family life of the individual and lead to work-family conflict. An individual in a work-family conflict will not be able to fulfill his responsibilities in the family enough, and he will feel bad and will break the communication between the family members. This situation causes the individual to get away from his / her business life and cause long-term failures in business life.

In this study; it was emphasized that working women were adversely affected by society's prejudices and family responsibilities. At the same time Turkey's role in society as women's housework is seen as a task to be done and quite worthless.



This study examines the impact of the entrepreneurship of women entrepreneurs on work-family life balance.. For this purpose, the concept of family life conflict and the sub-topics of this work-family conflict (conflict with the role of work in family life in the family life) and family-work conflict (the role of family life in the conflict with the role in business life) the level of stress in the lives of women entrepreneurs It is discussed. In the application part of the research for the collection of research data; Personal information questionnaire forms were used to obtain data for dependent variables and independent variables. SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) package program for the first time by using the data to extract the socio-demographic characteristics of the frequency distribution and the distribution of variances to know the normal distribution of questions by using this distribution to analyze the homogeneity and normality test, reliability test, factor analysis, one-way ANOVA analysis, correlation analysis and frequency analysis. In this context, data were obtained through face-to-face interviews with 150 participants and the work- family life satisfaction of women entrepreneurs in Konya and the problems they encountered in entrepreneurship were tried to be determined

Key words: Female entrepreneur, family life satisfaction, work-family life conflict

# İÇİNDEKİLER

## Sayfa No

KABUL VE ONAY .....	ii
ETİK BEYAN .....	iii
ÖNSÖZ .....	iv
ÖZET .....	v
ABSTRACT .....	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
KISALTMALAR.....	xiv
TABLolar LİSTESİ.....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xvii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xviii
GİRİŞ.....	1

## 1. BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL BOYUTLARI

1.1 GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI .....	5
1.2 GİRİŞİMİN AŞAMALARI.....	7
1.2.1 Fırsatların Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi .....	8
1.2.2 Fırsatın Kullanılması Süreci .....	9
1.3 TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ .....	14
1.3.1 Cumhuriyet Öncesi Dönem.....	14
1.3.2 Cumhuriyet Sonrası Dönem.....	15

1.3.2.1 1923-1930 (Ulusal Ekonominin Kurulması).....	15
1.3.2.2 1930-1950 (Devletçilik Dönemi).....	16
1.3.2.3 1950-1970 (Liberal Ekonomi ve Planlama Dönemi).....	16
1.3.2.4 1970-1980 (İthal İkamesi Dönemi).....	17
1.3.2.5 1980 Sonrası Dönem (Dışa Açık Büyüme).....	17
1.4 GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ .....	19
1.4.1 Yaratıcı Girişimcilik-Fırsat Girişimciliği .....	19
1.4.2 İç Girişimcilik- Bağımsız Girişimcilik.....	19
1.4.3 Kadın Girişimciliği.....	20
1.4.4 Sosyal Girişimcilik.....	21
1.4.5 İnternet Girişimciliği .....	22
1.5 GİRİŞİMCİLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLER.....	22
1.5.1 Aile ve Sosyal Çevre .....	22
1.5.2 Eğitim .....	24
1.5.3 Psikolojik Etkenler .....	25
1.5.4 Cinsiyet Faktörü.....	25
1.5.5 Çevre ve Kültürel Yapı.....	26
1.5.6 Yasal ve Devlet Faktörü .....	27
1.6 GİRİŞİMCİ OLMAK İÇİN GEREKLİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ.....	27
1.6.1 Risk Alma Eğilimi.....	28
1.6.2 Yenilikçilik .....	29
1.6.3 Liderlik .....	30
1.6.4 Özgüven ve İnanç.....	31
1.6.5 Başarı Arzusu .....	32

## 2. BÖLÜM

### TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE İŞ-AİLE HAYATINDAKİ ENGELLERİ

2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ .....	33
2.2 GİRİŞİMCİLİKTE KADIN STATÜSÜNÜN TARİHSEL SÜRECİ.....	34
2.3 KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ .....	36
2.3.1 İtici Etkenler.....	37
2.3.1.1 İşsizlik .....	37
2.3.1.2 Çalışma Saatlerindeki Esneklik .....	38
2.3.1.3 Cam Tavan ve İş Yerindeki Memnuniyetsizlik.....	38
2.3.2 Çekici Faktörler.....	39
2.3.2.1 Kendini Gerçekleştirme İsteği.....	39
2.3.2.2 Girişimcilik Gütüsü.....	39
2.3.2.3 Zengin Olma Arzusu.....	40
2.3.2.4 Sosyal Statü Edinme Arzusu .....	40
2.3.2.5 Güç Elde Etme Arzusu.....	40
2.4 KADIN GİRİŞİMCİ TÜRLERİ .....	41
2.4.1 Geleneksel Kadın Girişimci.....	42
2.4.2 Evcimen Kadın Girişimci .....	43
2.4.3 Radikal Kadın Girişimci.....	43
2.4.4 Yenilikçi Kadın Girişimci.....	43
2.5 GİRİŞİMCİLİK YOLUNDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI ENGELLER.....	44
2.5.1 Eğitim .....	45
2.5.2 Sosyal Çevre .....	46
2.5.3 Bürokratik Engeller .....	48

2.5.4 Mali Yeterlilik .....	48
2.5.5 Cam Tavan Engeli .....	49
2.5.6 İletişim ve Koordinasyon.....	50
2.6 KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ .....	51
2.6.1 Özgüven.....	53
2.6.2 Motivasyon .....	54
2.6.3 Risk Alabilme .....	55

### **3. BÖLÜM**

#### **GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ İŞ YAŞAM DENGESİNDE ENGEL VE FIRSAT ANALİZİ: KONYA İLİ ÖRNEĞİ**

3.1 METODOLOJİ .....	57
3.1.1 Araştırmanın Tipi .....	57
3.1.2 Araştırmanın Evren Ve Örneklemi.....	57
3.1.3 Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları Ve Tekniği .....	58
3.1.4 Araştırmada Kullanılan İstatistik Yöntemler .....	58
3.1.5 Araştırmanın Hipotezleri .....	59
3.2 BULGULAR VE YORUM .....	62
3.2.1 Demografik Özellikler .....	62
3.2.2 Faktör Analizi .....	75
3.2.3 Normallik Testi .....	77
3.2.4 Hipotez Analizleri .....	79
3.2.4.1 Yaş Durumuna Göre Anova Testi .....	79
3.2.4.2 Medeni Duruma Göre Anova Testi .....	81
3.2.4.3 Çocuk Sayısına Göre Anova Testi.....	84

3.2.4.4 Yükümlü Olunan Birey Göre Anova Testi .....	87
3.2.4.5 Eğitim Durumuna Göre Anova Testi.....	90
3.2.4.6 Girişimci Olma Etkisi Göre Anova Testi.....	93
3.2.4.7 Girişimci Olma Nedenine Göre Anova Testi .....	96
3.2.4.8 Girişimcilik Faaliyet Sürelerine Göre Anova Testi .....	100
3.2.5. Korelasyon Analizi.....	103
3.3 TARTIŞMA.....	105
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	108
KAYNAKÇA .....	113

## KISALTMALAR

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>AR-GE</b>	: Araştırma ve Geliştirme
<b>DPT</b>	: Devlet Planlama Teşkilatı
<b>GSMH</b>	: Gayri Safi Milli Hasılat
<b>İGEME</b>	: İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
<b>İĞİAD</b>	: Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği
<b>İŞKUR</b>	: Türkiye İş Kurumu
<b>KAGİDER</b>	: Kadın Girişimciler Derneği
<b>KAGİM</b>	: Konya Kadın Girişimci Masası
<b>KİKAD</b>	: Konya İş Kadınları Derneği
<b>KİT</b>	: Kamu İktisadi Teşebbüsü
<b>KOBİ</b>	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
<b>KOSGEB</b>	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
<b>SGK</b>	: Sosyal Güvenlik Kurumu
<b>SPSS</b>	: Statistical Package for the Social Sciences
<b>TUGİAD</b>	: Türkiye Genç İşadamları Derneği
<b>TUİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TUSİAD</b>	: Türkiye Sanayicileri ve İşadamları Derneği
<b>TOBB</b>	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Girişimsel Süreç Aşamaları.....	7
Tablo 2: Başarılı Girişimcilerin Sahip Olması Gereken Özellikler.....	32
Tablo 3: Girişimcilik Üzerinde Etkili Olan Psikolojik Sebepler.....	37
Tablo 4: Kadın Girişimci Tipleri.....	42
Tablo 5: Kadın Girişimcilerin Sorunları, Hedefleri ve Ailelerinin Girişimcilik Durumları.....	47
Tablo 6: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar.....	53
Tablo 7: Yaş Demografik Tablo.....	62
Tablo 8: Medeni Durum Demografik Tablo.....	63
Tablo 9: Çocuk Sayısı Demografik Tablo.....	64
Tablo 10: Yükümlü Olunan Birey Demografik Tablo.....	66
Tablo 11: Eğitim Durumu Demografik Tablo.....	67
Tablo 12: Girişimci Olma Etkisi Demografik Tablo.....	68
Tablo 13: Girişimci Olma Nedeni Demografik Tablo.....	70
Tablo 14: Girişimci Olma Süresi Demografik Tablo.....	71
Tablo 15: İş-Aile Yaşam İlişkisi Güvenilirlik Testi.....	73
Tablo 16: Aile Yaşamı Tatmini Güvenilirlik Testi.....	74
Tablo 17: His Güvenilirlik Testi.....	74
Tablo 18: İş-Aile Yaşam İlişkisi Faktör Analizi.....	75
Tablo 19: Aile Yaşamı Tatmini Güvenilirlik Testi.....	76
Tablo 20: His Faktör Analizi.....	76
Tablo 21: İş-Aile Yaşam İlişkisi Normallik Testi.....	77
Tablo 22: Aile Yaşamı Tatmini Normallik Testi.....	77



Tablo 23: His Normallik Testi.....	78
Tablo 24: Varyansların Homojenliği Testi.....	79
Tablo 25: Yaş Tek Yönlü Anova Testi.....	80
Tablo 26: Varyansların Homojenliği Testi.....	82
Tablo 27: Medeni Durum Tek Yönlü Anova Testi .....	83
Tablo 28: Varyansların Homojenliği Testi.....	85
Tablo 29: Çocuk Sayısı Tek Yönlü Anova Testi.....	85
Tablo 30: Varyansların Homojenliği Testi.....	87
Tablo 31: Yükümlü Olunan Birey Tek Yönlü Anova Testi.....	88
Tablo 32: Varyansların Homojenliği Testi.....	90
Tablo 33: Eğitim Durumu Tek Yönlü Anova Testi.....	91
Tablo 34: Varyansların Homojenliği Testi.....	93
Tablo 35: Girişimci Olma Etkisi Tek Yönlü Anova Testi.....	94
Tablo 36: Varyansların Homojenliği Testi.....	97
Tablo 37: Girişimci Olma Nedeni Tek Yönlü Anova Testi.....	98
Tablo 38: Varyansların Homojenliği Testi.....	100
Tablo 39: Girişimcilik Faaliyet Süreleri Tek Yönlü Anova Testi .....	101
Tablo 40: Korelasyon Analizi .....	104

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Girişimci tanımında vurgular.....	6
Şekil 2: İş Planının Yararları ve Üstlenmiş Olduğu Roller.....	11
Şekil 3: Aile Girişimci Kişilik İlişkisi .....	24



## GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Yaş Dağılımı.....	63
Grafik 2: Medeni Durum Dağılımı .....	64
Grafik 3: Çocuk Sayısı Dağılımı .....	65
Grafik 4: Yükümlü Olunan Birey Dağılımı .....	67
Grafik 5: Eğitim Dağılımı .....	68
Grafik 6: Girişimci Olma Etkisi Dağılımı.....	69
Grafik 7: Girişimci Olma Nedeni Dağılımı.....	71
Grafik 8: Girişimci Süresi Dağılımı.....	72

## GİRİŞ

Siyasi, ekonomik ve kültürel gerçeklerle küçük girişimciliğin artırılması ve geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yetkinlikleri sağlanması ve bunların desteklenmesi giderek yoğunluk kazanmıştır. KOBİLER büyük firmalara nazaran daha kolay ve hızlı değişim geçirebilme ve pazarlama-teknoloji birlikteliğiyle değişen ve çeşitlenen tüketici taleplerine hemen cevap verebilme özelliklerini göstermektedir (Tatlidil & Candemir, 1998). Fakat gelişmekte olan ülkelerde esnek üretimin olması ve global pazarla bütünleşebilme yeterliliği, genellikle ucuz işgücü ile birlikte ilişkilendirilmiş, iş gücünün kayıt dışı istihdam edilmesi üretim maliyetini azaltan bir faktör olarak ele alınmıştır. Bu girişimci olan kadının enformel sektörün içindeki durumunun sorgulanmasına ve Türkiye’de kadınların düzensiz, güvencesiz ve düşük ücretle çalışma nedenlerinin belirginleşmesine sebep olmuştur.

Türkiye de girişimciliğe olan ilgi büyürken, bununla doğru orantılı olarak kadın girişimcilerin sayısı gün geçtikçe artmaya başlamıştır. Bu bağlamda kendi işini kurmak isteyen her kadın girişimci, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de belli başlı bazı sorunlarla karşılaşmaktadır. Sanayii devrimine kadar olan dönemde kadınlar ev işleri ve çocuk bakımını üstlenirken bu durum sanayii devriminden sonra değişip iş hayatına giren kadınların sayısında zamanla artış görülmüştür (Soysal, 2010).

Günümüz modern çağında kadın girişimcilik kavramı beraberinde sorunlarını da getirmiştir. Toplumumuzun ataerkil yapısından dolayı girişimcilik yoluna çıkan kadınlarımız çoğu zaman sorunlarla karşılaşmaktadır. Mevcut yeteneklerin ortaya çıkarılması için, kadın girişimcilerin problemleri ve özelliklerinin fark edilmesi, teşvik edilmesi ve yönlendirilmeleri gerekmektedir. Araştırmalar, global kadın işgücündeki en yüksek artışın endüstrileşmiş ülkelerde olduğunu gösterirken, en düşük artışı sergileyenlerin ise işgüçlerinde mevcut çok sayıda kadın bulunan Doğu Avrupa ülkeleri olduğunu göstermektedir (Gürol ve Marşap, 2007: 17-29)

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları üstesinden gelebilmeleri için devletin kurmuş olduğu çeşitli kurum ve kuruluşlar

mevcuttur. KOSGEB ve Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü bu kamu kurum ve kuruluşu olarak örnek verilebilir. Diğer yandan da dünyada farkındalık yaratma, yanlışları söyleme, yetkin yapı üzerinde etkili olma, problemleri gündeme getirme gibi önemli rol üstlenen sivil toplum kuruluşları da dikkat çekmektedir.

Kadın girişimciler hangi zorluklarla karşılaşılıyorlar ve bunlarla nasıl başa çıkıyorlar? Bu soruları cevaplamak ve sorunlarla başa çıkmak için daha çok sayıda araştırma ve tespit yapılması gerekmektedir.

Türkiye’de kadınların iş yaşamına müdahil olabilmesi için verilen teşvikler ve oluşturulan politikalar ile beraber hem kentte hem de kırsal alanlarda yaşayan kadınlar iş hayatına kazandırılmaya çalışılmaktadır (Abacı, Yıldırım, Demiryürek, & Emir, 2014).

Kırsal bölgelerde kadın girişimcilik daha çok ekonomiye katkı sağlama çabaları içinde yer alan ve kadını bir birey olarak geliştirmeyi hedefleyen (tekstil, halıcılık ev ekonomisi vb.) uygulamalarda kendini göstermektedir (Gülçubuk, Savcı, Özer, & Demiryürek, 2011).

Mikro kredi uygulamaları kadınların iş yaşamına girebilmeleri, kendi işlerinin yöneticisi olabilmeleri ve ailelerine ekonomik olarak katkıda bulunmalarını sağlamaktadır. Bununla birlikte ülkelerin ekonomik olarak kalkınmalarında kadın girişimcilik rolünün oldukça önemli olduğu günümüzde, Türkiye’de de kadın merkezli girişimciliğin artırılması gelişmiş ülke olmanın yolunda önemli bir adım atılmış olmaktadır.

## **Amaç**

Bu araştırmanın amacı; kadın girişimcilerde girişimciliğin iş yaşamı-aile yaşamı dengesi üzerindeki etkisinin incelenmesi ve iş-aile yaşam çatışmasının girişimci kadınları ne ölçüde etkilediğinin belirlenmesidir. İş-aile yaşamı dengesini olumsuz etkileyen iş-aile yaşam çatışmasının, girişimci kadınlar üzerindeki etkilerini kadın girişimcilerin yaşamlarındaki stres düzeyleri ve aile yaşamı tatminleri çerçevesinde incelemek amaçlanmaktadır.

## **Önem**

Türkiye’deki kadın girişimciliğinin iş yaşamı- aile yaşamı dengesi üzerindeki etkisinin iş - aile yaşam çatışması kavramı ve bu kavramın alt boyutları olan iş-aile çatışması (iş rolünün aile rolü ile çatışması) ve aile-iş çatışması (aile rolünün-iş rolü ile çatışması) kapsamında incelenmesi, bu çatışmaların azaltılması için alınabilecek önlemlere yol göstermesi açısından önem taşımaktadır.

## **Varsayım**

Konya ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilere yönelik uygulanan ankette yer alan önermeler, söz konusu kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı dengesinde yaşadıkları engellerini ortaya koymak için yeterlidir. Seçilen araştırma yöntemi, araştırmanın amacına, konusuna ve soruların çözümüne uygundur. Belirtilen koşullar altında oluşturulan örneklem, evreni temsil yeterliliğine sahip olduğu varsayılmaktadır.

## **Sınırlılıklar**

Bu çalışma anketin uygulandığı il ve ulaşılan kadın girişimciler ile sınırlı olup, farklı bir bölgede uygulandığında farklı sonuçlar verebilecek sosyal hareketliliğe açık bir araştırmadır. Araştırma Konya İş Kadınları Derneği (KİKAD), Konya Sanayi Odası ve Konya Ticaret Odası’na kayıtlı olan farklı sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilere uygulanmıştır.

Üç bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik kavramı, tarihsel süreci ve temel boyutları, girişimciliğin büyümeye ve istihdama katkısı, girişimcilerin özellikleri ve girişimciliğin çeşitleri gibi konulara yer verilmiştir. İkinci bölümde kadın girişimciler ve karşılaştıkları sorunlar, iş-aile hayatındaki uyuşmazlıklar, kadın girişimcilik türlerine yer verilmiştir. Son bölümde ise Konya’daki kadın girişimcilerin iş-aile yaşamındaki sorunları araştırılmış, sonuç ve önerilerden sonra da konu ile ilgili anket yapılmıştır.

Araştırmada kadın girişimcilerin sosyal statüsünün önemi ile, girişimciliğin getirdiği engeller çatışması incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlarla kadınların girişimcilik serüveninde karşılaştıkları engellerden ne düzeyde etkilendikleri, bunun girişim hareketlerine nasıl yansıdığı tespit edilmiştir. Çalışma sonuç ve önerilerin ifade edilmesiyle sona ermiştir.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL BOYUTLARI

#### 1.1 GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimcilik sanayii toplumundan bilgi toplumuna hızla geçişi ile birlikte dünya çapında büyük önem kazandığı söylenebilir. Çünkü çağımız bilgi toplumunda bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı her geçen gün artarken, insan emeğinin üretimdeki ağırlığı gün geçtikçe azalmaktadır. Böylelikle girişimciliğin önemi; yaratıcılık, yönetim ve yenilik hareketlerinin tamamlayıcısı olarak betimlenebilir (Özkul, 2007: 343-365).

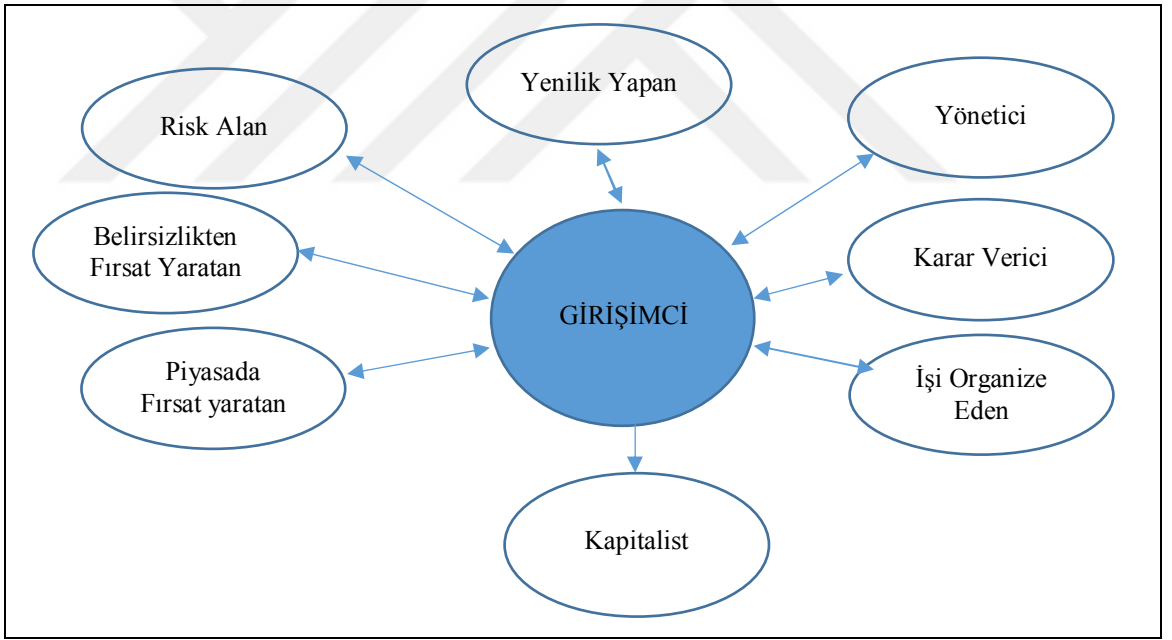
Girişimcilik faaliyetinin ekonomik büyüme ve kalkınmada büyük önemi vardır. Ekonomik büyüme, bir ülkede üretim miktarındaki artış ile beraber milli gelirinde de artış olmasını ifade etmektedir. Buna bağlı olarak ekonomik gelişme ise, milli gelirdeki artışın yanı sıra ekonomideki iktisadi ve sosyo- kültürel yapının da değişim göstermesidir. Böylece büyüme, ülke ekonomisindeki nitel değişim ve gelişimlerin yanısıra nicel (sayısal) değişim ve gelişmeleri de içermektedir (Dinler, 1998: 510-512).

Schumpeter girişimci tanımını; “yeni ürünler, yeni süreçler geliştirme, yeni ihracat pazarları bulma, yeni hammadde, yarı mamul arz kaynakları oluşturma veya yeni bir organizasyon yapısı kurma gibi, işletme açısından yeni kombinasyonlar ortaya çıkartarak mevcut ekonomik düzeni yıkan kişi” olarak ifade etmiştir (Müftüoğlu, 2004: 4-5). Schumpeter’in bu söylemi girişimcilerin yenilikçi, keşifçi, organizasyoncu ve dönüştürücü özelliklerini vurgulamış ve toplumdaki sahip oldukları rolü öne çıkarmıştır.

Bir başka ifadeyle girişimcilik demokrasinin oturmasında, ekonomik kalkınmada, gelişmede ve GSMH’nin kaynağını oluşturmada önemli bir etkidir. Girişimciliğin hem gelişmiş ülkelerde, hem de gelişmekte olan ülkelere ilgi odağı olması ise, KOBİ’lerin,



sektörün, iş fırsatı yaratmanın, ekonomik gelişmenin, liberalizmin, toplumun ve demokrasinin en önemli unsuru olmasıyla sağlanmıştır. Son yirmi yıldan günümüze girişimcilik adına geçmiş yıllardan daha fazla yatırım yapılmakta ve böylece girişimciliğin kalitesi de gerek nicelik gerekse nitelik açısından her geçen yıl daha da fazla gelişme göstermektedir (Top, 2006: 36-37). Bir girişimcinin bu süreçteki asıl hedefi, kar elde etmektir. Diğer bir ifadeyle girişimci, bir yandan risk almakta diğer taraftan da üretim sürecini gerçekleştirmektedir. Bu nedenle girişimcide, yöneticilik vasıflarının da bulunması gerekir. Girişimciler birer terzi, perakendeci, tamirci olabilecekleri gibi büyük holdingler, fabrikalar, merkez zincirleri kurabilen kişiler olabilir (Durukan, 2005: 131). Burada vurgulanması gereken nokta, “girişimcinin kim olduğu” dur. Bu hususta yapılan çeşitli araştırma ve tanımların ortak noktası belirlenirse, girişimcilerin “başkalarının bakıp göremediği fırsatları görerek, bu fırsatları iş fikrine çevirebilir” ve “risk almaya daha yatkın” olduğu söylenebilir (Titiz, 1994: 3).



**Şekil 1: Girişimci Tanımında Vurgular**

Kaynak: (Top, 2006: 8)

## 1.2 GİRİŞİMİN AŞAMALARI

Girişimsel süreç girişimcilikte yapılan faaliyetler ve koşulların teoride ve pratikte zeminini sağlamaktadır. Girişimciliğin genel tanımı içinde girişimsel süreç, ekonomik açıdan fırsatların bulunması ya da teşhis edilerek uygulanması gibi ana basamaklardan oluşmaktadır (Saemundsson, 2003: 4).

Girişimcilik faaliyetinin hemen uygulanması mümkün değildir. Girişimciliğin bir süreç istediği ve birçok aşamadan oluştuğu düşünülebilir. Bu aşamalar başarıyı gerçekleştirmek ve sürdürülebilmek ortak hedef olunmalıdır. Çağımızdaki girişimciler pazara girmek ve iyi bir rakip olabilmek için farklı taktikler uygulayabilmektedirler. Bu bölümde, girişimsel süreç fırsatları belirleme süreci ve bu fırsatların uygulama süreci olarak iki ana grupta ele alınacak, girişime geçme ve girişim teknikleri üzerinde durulacaktır (Karabulut, 2009: 28).

**Tablo 1: Girişimsel Süreç Aşamaları**

1) Fırsatın tanımlanması ve değerlendirilmesi	2) Fırsatın Kullanılması		
	İş planının geliştirilmesi	Gereksinim duyulan kaynaklar	İşletmenin yönetilmesi
Fırsatın yaratılması ve büyüklüğü	Pazarı özellikleri ve büyüklüğü	Girişimcinin mevcut kaynakları	Yönetim tarzı ve yapısı
Fırsatın gerçek ve algılanan değeri	Pazarlama planı Üretim gereksinimleri	Kaynak boşlukları ve kullanım için hazır olanlar	Başarının kilit unsurları
Fırsatın getirdiği risk ve avantajlar	Finansal planlama ve gereksinimler	İhtiyaç duyulan kaynakların temini	Mevcut ve potansiyel problemlerin tanımı
Fırsata karşı kişisel beceriler ve hedefler	Organizasyon biçimi		
Rekabet durumu	Pazara giriş stratejisi		

Kaynak: (Hisrich ve Peter, 2002: 40).

Tablo 1.1' de de görüldüğü üzere birinci aşama hariç tüm aşamaları birden açıklanan fırsatların kullanılması ya da işletilmesi sürecine dahil olarak ele alınabilir. Çünkü bu aşamaların hepsi ortaya çıkan bir fırsatın kazanılması için atılması gereken önemli adımları kapsamaktadır.

### **1.2.1 Fırsatların Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi**

Girişimcilik bir süreç olarak düşünülebilir. Her süreçte olduğu gibi, girişimsel süreçte de doğru biçimde uygulanması ve her aşamanın verimli biçimde yönetilmesi gerekir). Girişimcilik sürecinin fırsat değerlendirilmesi aşamasına dar anlamda bakılacak olursak (Karabulut, 2009: 28-29):

- Fırsatları kaçırmamak ve değerlendirmek: Fırsatın teşhisi ve etkinliği, riski, değeri ve geri dönüşen yatırım, kişisel hedef ve beceriler, rekabetçi ortam vb,
- İş planının/projenin büyütülmesi ve geliştirilmesi: İş ve endüstrinin kavramı, fonksiyonel planlar ve teknolojik planlar,
- Girişim için kaynak ihtiyacı: İhtiyaç olan ve mevcut kaynağı belirleme, ek kaynağa ulaşım yöntemi,
- Girişimi yönetme: Yönetim stilini geliştirme, anahtar değişkenleri, sorunları ve mevcut sorunları belirlemek; uygulama, büyüme stratejisi geliştirme ve kontrol sistemleri.

Bu süreçlerin uygulanacağı platformda talep, devlet, siyasi etkenler ve özel sektör önemli bir rol oynamaktadır. Bir girişimcinin iş fırsatlarını görüp harekete geçebilmesi için, piyasada mevcut olan talebi bulması, hükümet ve diğer kuruluşlar tarafından desteklenmesi ayrıca rakipleriyle rekabet edebilecek kadar güce sahip olması önemlidir. Ekonomik büyümede rol oynayan sistemin kalbi olan girişimcilik özelliklerine sahip insanlardır (Çakıcı, 2004: 2).

Fırsatların teşhis edilmesi ve değerlendirilmesi oldukça zor bir iş gibi gözükebilir. Fakat iyi iş fırsatları hemen ortaya çıkmazlar; tam aksine girişimcinin ihtimallere karşı beklenti içinde olması ya da mevcut fırsatları belirlemek için oluşturulan mekanizmaları

kullanması sonucunda görülebilir. Örneğin, girişimci tanıtım toplantılarında ürünlerinin müşterilerine yeterli biçimde ihtiyaç ve beklentilerini karşılayıp karşılamadığını sorması durumunda böyle bir girişimcinin daha iyi ürün üretmek için yeterince fırsatları kolladığı söylenebilir (Hisrich ve Peter, 2002: 40).

### 1.2.2 Fırsatın Kullanılması Süreci

Fırsatlar, piyasanın hızlılığına ayak uydurma olarak düşünülebilir. Bu, yeni ürün ve hizmetlerin peşinde olan tüketicin davranış ve tutumlarını anlamayı gerektirir. Bir iş fırsatı belirlemek ve değerlendirmek kolay değildir. Bir girişimci her zaman yeni girişimcilere dönüştürülebilecek farklı fikirlerin arayışı içinde olmalıdır. İş fikrini bir fırsata çevirmek, her fikrin tek tek değerlendirilmesini gerektirir. Fikri bir fırsata dönüştürmek, her bir fikrin ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmesini gerektirir. Fakat bu sadece, iş planı ve yapılabirlik araştırmaları ile ulaşılabilir (Başar vd., 2013: 11).

Eski fikirlere diğer bir açıdan bakmak genellikle yeni uygulamaların başlatılacağı anlamına da gelebilmektedir. Örneğin günümüz yazılım ya da bilgisayar şirketlerinin birçoğu mevcut teknolojiyi çok az değiştirmektedir. Fakat müşterilere yeni çözümler sunmaktadır. Birey/işletmeler zaman zaman çevresel değişimleri algılayamamakta ya da algılamak istemeyerek karşılarındaki fırsatları sorun haline getirebilmektedir. Girişim isteği dışsal baskıların fırsata dönüştürölmesini zorunlu kılar. Dışsal baskıları şu şekilde sıralanabilir (Ürper vd., 2004: 9) :

- Teknolojik gelişme ve büyümeler,
- Tüketicilerin yeni hizmet ve ürünleri için daha çok para ödeme arzusu ve ödeme gücünü arttırabilen tüketim ekonomisi,
- Yeni stiller, ihtiyaçlar ve yaşam standartları sunan sosyal değerler,
- Rekabeti tetikleyen siyasi faaliyetler,
- Performans kriteri,
- Planlama dönemi.

Fırsatların belirlenmesi ve değerlendirilmesi sürecinden sonra gelen fırsatın kullanılması süreci; iş planının ya da iş fikrinin tespit edilmesi, kaynakların sağlanması, girişimin ya da iş fikrinin uygulanması ve yönetilmesi konularını kapsamaktadır. Bu aşamalar alt başlıklar halinde açıklanmaktadır.

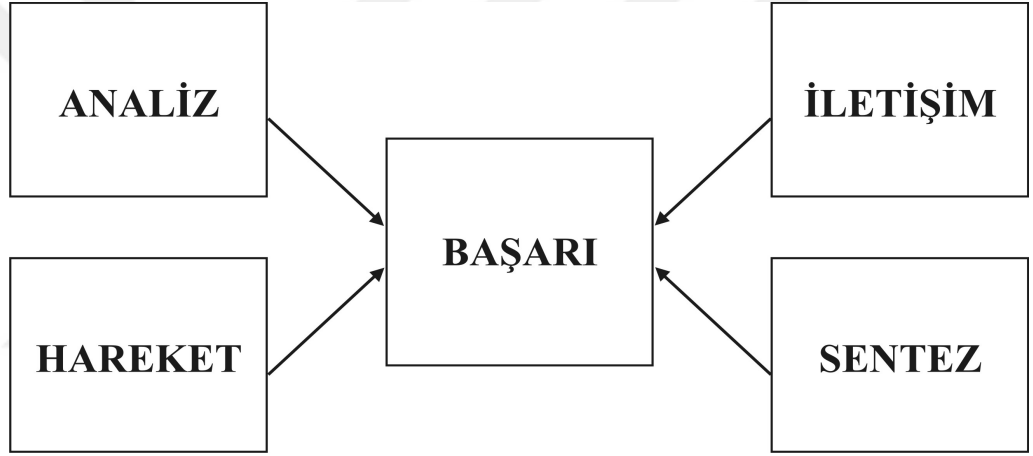
#### **a) İş Planın geliştirilmesi**

Girişimci, iş fikrinin uygulanabilirlik araştırması yapması ile kuracağı yeni işin en iyi ve en doğru yapılabilir modeline ulaşır. Bu hususta girişimcinin elinde çeşitli işletme ve kuruluş seğenekleri arasından (işçi sayısı, işyeri, girdiler, hedef kitle, makine kapasite-türü vb.) girişimcinin yeteneklerine ve işletme hedeflerine en uygun olan çalışma stratejisi bulunmaktadır. Kısaca uygulanabilirlik raporu ile girişimci girişimsel sürecinde yapması gerekenleri belirleyip, çeşitli opsiyonları değerlendirerek karar verebilir. İş kurma süresi içinde girişimci, iş kurma planını yöneten proje sahibi kişidir. Uygulanabilirlik araştirmasında plan ve projenin kapsamı tamamlanmıştır. Fakat uygulama bölümüne geçilmesi için iş planına ihtiyaç vardır. İşin uygulanmaya başlanılacağı zamana kadar kapsamın ortaya çıkarılması için yapılacak görev ve sorumluluklar belirlenmelidir. Bunun için ise girişimciler bir iş planı hazırlamalıdır (KOSGEB, 2018).

Başka bir ifadeyle iş planı; kurulması istenilen işletmenin ayrıntılarını içeren belge olarak tanımlanabilir. Bu ögeler; (İTO, 2018)

- Proje
- Üretim
- Pazarlama
- Yönetim
- Ar-Ge
- Finansman'dır.

İş planı temelde iki gruptan oluşur. İlk kısım girişimciliğe konu olan firmanın geliştireceği süre, ürün veya hizmete dönük teknolojik karar alma aşamalarını kapsamaktadır. Teknoloji doğrulama ise, iş fikrinin uygulanabilirliğini anlamak amacıyla tasarımdan itibaren numune, demo gibi çıktılarını veya bitmiş olan ürün hizmetin faaliyete geçilebilmesi için gerekli teknik çalışmalardır. İş planının belirlenmiş süre içerisinde teknolojik doğrulamanın yapılması beklenmektedir. İkinci kısımda ise girişimciliğe konu olan firmanın iş hayatını devam ettirebilmesi ve başarılı olması için bir plan ve rehber niteliği taşıyan bilgileri içermekte olup, TÜBİTAK desteği ile alınan hibe ve sürenin yanı sıra bu destek ve süre kapsamının dışında kalan pazarlama, üretimi, yönetim gibi fonksiyonel safhaları kapsamaktadır (Dikbaş, 2005: 50).



**Şekil 2: İş Planının Yararları ve Üstlenmiş Olduğu Roller**

Kaynak: (Beaver, 2002: 112)

### **b) Kaynakların Sağlanması**

Girişimsel süreç boyunca en önemli ihtiyaçlardan birisidir şüphesiz ki kaynaklardır. Kaynak, insanların beceri, bilgi ve çabalarını gösterebilmelerinin yanında üretimin sağlanabilmesi için makine, bina ve gerekli üretim ekipmanları gibi gereksinimleri elde edebilmeleri için gerekli paradır. Buna ek olarak kaynak, kuruluşun namı, marka adı ve müşterilerin yararına gereksinim duyulan ihtiyaçları da kapsamaktadır. Bu kaynaklardan dolayı yatırımlar yapılır. Girişimci kişinin önemli

görevlerinden biriside yatırımcıları ilgilendiği işe dikkat çekerek, bu işin daha verimli olabilmesi için karlı ve istekli bir şekilde kaynak bulmaya yönelmektedir (Wickham, 2001: 39-40).

Düzgün bir iş planı 10 ana bölümden oluşmaktadır. Bunlar; (KOSGEB, 2018)

1) Giriş: Kurulacak işletmenin adı, telefon numarası, endüstri yapısı, finansal yapısı ve tanımı,

2) İşletmenin tanımı: İşletmenin adı, üretim koşulları gelecek vaad etmesi, işlevsel sınıflandırmalar ve tanımlar,

3) Pazarlama planı: Pazarın işleyişi, pazarın ve çevrenin vaziyeti, pazarlanabilirlik derecesini belirleme işlemidir,

4) Yönetim planı: Yönetim takımı, yapısı, personel ve personel deneyimi, yönetim ve danışmanların yapısı ve mülkiyet yapısı,

5) Üretim planı: Tedarikçiler, ulaşım imkanları, kuruluş yeri, iş gücü olanakları, üretim maliyetleri,

6) Araştırma ve geliştirme: Dizayn ve geliştirme, Ar-Ge'nin maliyeti, Ar-Ge bütçesi, teknik destek,

7) Önemli riskler paylaşımı: İstenmeyen durumlarla karşılaşmalar, tahminden fazla olan üretim maliyetleri, yeni rakipler, mal ve hizmet alanında karşılaşılan zorluklar, yönetimdeki aksaklıklar, ekonomik belirsizlik, deneyim eksikliği, tedarik sorunları, kilit personel kaybı,

8) Zaman tablosu bölümü: İşletmenin fuarlara katılması, kurumsallaşması, Ar-Ge çalışmalarının tamamlanması, prototip üretilmesi, dağıtıcılarla anlaşma, satış ekibinin çalıştırılması, üretim kaynaklarının siparişi ve listelenmesi, işletmeye yapılacak ilk ödeme, ilk teslimatlar ve satış,

9) Ekler: Ek belgeler bu bölümde yer verilir,

10) İş planının dosya haline getirilmesi: Diyagramlar, tablolar, planlar, yönetim örgütünün özgeçmişi, finansal veriler ve kaynaklar bulunur.

Birçok makalede kaynak temininin zeminini oluşturmanın girişimin sonlandırmak için önemli bir süreç olduğu açıklanmaktadır. Brush, Grene, Hart ve Haller (2001) kaynak temini sağlamak için basit bir model tavsiye etmektedirler. Bu modele göre işletmeler gerekli kaynakları birleştirmelidir. Diğer bir ifadeyle, öncelikle girişim fikri yada iş temelde ihtiyaç duyulan kaynakların ve bu kaynakların mevcut sağlayıcılarının tespit edilmesi gerekmektedir. İkincisi, söz konusu işletmenin gerekleri kaynakları sağlamak için belli bir değişim geçirmesi zorunlu olmaktadır. Girişimcilerin bu kaynakları organize edip yönettiğini düşünürsek bu hususta sosyal ağların mevcudiyeti oldukça önemlidir. Son aşama olarak, girişim fikrini pazarlanabilir ve geliştirilebilir duruma getirerek ürün veya hizmete çevirmek için mevcut kaynakların ele alınması gerekmektedir (İlter, 2008: 12).

#### • Örgütsel Yapı

Girişimci kişiler, bürokratik işlemlerden ve sıkıcı örgütsel yapıdan pek hoşlanmazlar. Girişimciliğe adım atmadan önce, örgütsel yapının belirlenmesi; vergiler, tutulması gereken zorunlu defterler ve diğer hukuki zorunluluklar gibi konular ciddi önem arz etmektedir. Fakat kurulacak olan işletmenin ticaret kanununda yer alan şirket türünün belirlenmesi tamamen girişimcinin elinde olan bir karardır (İraz, 2005: 203-204). Buna ek olarak işletmenin marka, tescil, patenti sosyal güvenlik ve kullanım hakkı gibi detaylarında bu aşamada düşünülmesi gerekmektedir.

Örgüt yapısına kavram olarak bakılırsa; bir organizasyonun modeli ile örgüt içindeki iş ve kişilerin gruplanmasına göre oluşturulan model olup firmadaki iş düzeninin oluşturulması, yetkinin karar alma sürecinde nasıl kullanılacağına belirlenmesi ve örgüt içi iletişimin ne şekilde olacağına belirlenmesi olarak tanımlanabilir (Covin ve Slevin, 1991: 7-8)

Modern çağın girişimci örgütleri entellektüel bir örgüt kimliğine bürünmelerini zorunlu kılmaktadır. Entellektüel örgüte bakacak olursak; “beceri, bilgi ve know-how öbeğini devamlılık olarak sürdürebilen, personellerin öğrenme sürelerini hızlandıran bir örgüt” olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda entellektüel örgüt, rekabet ve pazar karşısında esnek, yeterli teknolojik donanım ve üretim hacmine sahip, bilginin ise örgüt



içinde paylaşıldığı, değerlendirildiği ve paylaştırıldığı, öğrenmeye açık yaşam tarzı olarak belirlemiş bir modeldir. Girişimci örgüt her durumda aktif, yaratıcı, müşteri odaklı, misyon ve vizyonunu yönlendirebilme ve faaliyete geçirme düşüncesini benimseyen bir yapılanmayı gerekli kılmaktadır (Yeniçeri ve İnce, 2005: 453-456).

### **1.3 TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ**

Türkiye’de girişimciliğin tarihsel sürece bakacak olursak bu süreci Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet sonrası dönem olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür.

#### **1.3.1 Cumhuriyet Öncesi Dönem**

Cumhuriyet öncesi dönemin tarıma dayalı bir toplum yapısına sahip olmasından dolayı girişim faaliyetlerinin bulunması oldukça güç olmuştur. Batı toplumu Sanayii Devrimi çağındayken, Osmanlı Devleti yabancılara ayrıcalık tanımış, topraklarında demiryolu ve ticaretin neredeyse hepsini yabancıların kontrolüne vermiştir. Böylelikle girişimcilik için atılan her adım başarısız kalmıştır (TUGİAD, 1993: 19-24).

Osmanlı Devletinin son dönemlerinde Sanayi Devrimi ile birlikte girişimciler, genellikle batıyla birlikte iletişimde kalarak bilgi alışverişinde olan ithalatçı ve üretici tüccarlardan oluşan Rum, Yahudi ve İtalyan asıllı Türk vatandaşları idi (Koç, 2005: 26).

Türkiye’de iş hayatında yalnızca üç işletme iki yüz yaşını aşmıştır (Ali Muhittin Hacı Beki 1777, Cağaoğlu Hamamı 1741, Çukurova Gıda Sanayi 1783). Diğer taraftan 1800-1900 döneminde kurulmuş ve 100. Yılımı geride bırakmış Türk firmaların sayısı fazla sayılmaz (İskender Kebapçısı 1867, Vefa Bozacısı 1876, Kuru Kahveci Mehmet Efendi ve Mamulleri 1871, Hacı Şakir 1887, Pera Palas 1878). Bunun sebebi ülkemizde kurulan işletmelerin çoğunun ayakta kalma süresi kurucusunun yaşıyla doğru orantılı olmaktadır. İşletmenin kuruculuğunu yapan ve onu küçük bir işletmeden büyük ölçekli bir firmaya çeviren işletme sahibi, şirketini ikinci nesle, kızlarına, oğullarına veya evin diğer bireylerine devrettiğinde, diğer bir ifadeyle işletme kurucusu vefat ettiğinde, işletmenin ayakta kalma süresi çoğunlukla son bulmaktadır (Kuvan, 2007: 125).

Böylelikle firma ya faaliyetini sonlandırmakta ya da el değiştirerek oğullar veya damatlar arasında paylaştırılarak tekrar başa sarmaktadır. Tekrar başa sararak küçük ölçekli bir firmaya dönüşmesi ise ana kurucusunun kazandığı başarıları sıfırlamakta, işletmenin faaliyetini olumsuz şekilde etkilemektedir. Oysaki böylesine başarının ikinci neslinde devam ettirmesi, firmanın rekabet gücü iki kuşak için de küresel piyasalarında da devam edilebilir düzeyde olabilir (TOBB, 1993: 8)

### **1.3.2 Cumhuriyet Sonrası Dönem**

Cumhuriyet sonrası dönem beş ana başlık altında incelemek mümkündür.

- **1923-1930** “Ulusal ekonominin kurulması” olarak
- **1930-1950** “Devletçilik Dönemi”
- **1950-1970** “Liberal Ekonomi ve Planlı Dönem
- **1970-1980** “İthal İkamesi Dönemi”
- **1980 sonrası dönem** “Dışa Açık Büyüme” olarak tanımlanabilir.

#### **1.3.2.1 1923-1930 (Ulusal Ekonominin Kurulması)**

Türkiye’de girişimcilik Cumhuriyetin ilanı ile yaşıttır demek mümkündür. Cumhuriyetin ilanından önceki dönem ile Osmanlı Devletinin gerileme dönemindeki savaşlar, sermaye ve insan kaynaklarımızı eritmişti. 1923’den önceki dönemlerde dış ve iç ticaret genellikle çoğunlukla yabancıların elindeydi. Cumhuriyetin ilanı ile, Osmanlı devletinden genç Türk milletine zayıflamış bir ekonomi, alt yapısı çok az olduğundan dolayı onarım ihtiyacı duyan bir ülke ve ödenmesi gereken bir sürü yüksek miktarda dış borç kalmıştı. Yani ülkenin ekonomik olarak kalkınmaya ve yapılanmaya ihtiyacı vardı (Koç, 2005: 27).

Bu tarihlerde, hem yabancıların elinde olan farklı alanlardaki hakimiyet bitirilmeye çalışılmış hem de girişimciliği teşvik etmek için birçok önlemler alınmıştır.

Tüm bu olanlara karşın savaşın etkilerinin sürmesinden ve yetersizliklerden dolayı önemli bir gelişme gösterilmemiştir (TUGİAD, 1993: 19).

### **1.3.2.2 1930-1950 (Devletçilik Dönemi)**

Cumhuriyetin ilanının ilk on yılında sanayileşme özel sektörün vasıtasıyla istenilen sonuçlara varılamaması ve bunun üstüne Büyük Buhran ekonomi üzerine olumsuz etkiler yaratması ile devletin iktisadi alana hızlı şekilde girmesi beklendik sonuç olmuştur. Bu tarihlerde adından da anlaşıldığı üzere politikada devletçilik benimsenmiş ve ekonominin zemini yine özel teşebbüslere dayanmıştı. Özel sektörün yerini devlet girişimciliği almış, piyasa mekanizması da ortadan kaldırılmamıştı (Kaya, 2017).

1929-1931 döneminde dünya iktisadi krizi ile beraber devlete ekonomik olarak çok önemli sorumluluklar yüklendi. 1930'un başından itibaren İktisadi Devlet Teşekkülü kurulmuş; yürütülmesi istenen sanayi planları devlet tarafından yürürlüğe konmuştur. Etibank, Sümerbank v. b devlet kuruluşları bu yıllar arasında kurulmuş başarılı girişimlerdir. Mühendis, yönetici ve sanayinin gerektirdiği şekilde kalifiyeli elemanlar bu kuruluşlarda yetişmiştir. KİT'ler bu açıdan önemli bir okul olmuştur (Koç, 2005: 27-28).

### **1.3.2.3 1950-1970 (Liberal Ekonomi ve Planlama Dönemi)**

1950'lerde ekonomideki liberalleşme oldukça ön plana çıktığı yıllardır. Altyapıdaki yatırımlardaki artışın yanı sıra, tarıma da ağırlık verilmiştir. Özel girişim sanayideki payını %70'e çıkarması bu yıllarda görülen bir diğer önemli gelişme olmuştur. Planlı ekonomiye geçiş ise 1960'lı yıllarda olmuştur. Bu yıllarda iki tane Beş Yıllık Kalkınma planı hazırlanıp, uygulamaya konmuştur. Devletçilik ilkesinin etkileri halen devam etmesine rağmen, planlı dönemde özel yatırımlar artmış ve özel sektör girişimine ağırlık verilmiştir (Koç, 2005: 28-29).

1960'lı yıllara kadar olan sürede Balkan göçmenleri; sonralarda ise özellikle Doğu Anadolu ve Güneydoğu ile Batıdaki büyük şehirlerden Karadeniz bölgelerine ve hatta İstanbul'a gelen insanları Türkiye'nin başlıca girişimci kaynağını oluşturmuştur (Akmüt ve diğerleri, 2003: 440).

#### **1.3.2.4 1970-1980 (İthal İkamesi Dönemi)**

1970 ve 1980 arası dönem; “planlı ekonomi denemesinin” uygulandığı dönem olmuştur. İthal İkameciliğin oluşturduğu sanayi politikası bu yıllarda, Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) kurulup ve daha sonralarda ise bu sürecin devam etmesi ile “planlama” yapılmaya başlanmıştır. 1971 senesinde ise Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) kurulmuş olması da Türk girişimcilik tarihinde önemli gelişmelerden birisidir (İGİAD, 2008: 30).

#### **1.3.2.5 1980 Sonrası Dönem (Dışa Açık Büyüme)**

Girişimcilik Türkiye'de özellikle 1980'li yıllar ile beraber hızla ilerleme göstermiştir. 1980 yılında alınan 24 Ocak kararlarının alınmasında bu durumun etkisi büyüktür. 24 Ocak kararları ile serbest piyasa ekonomisi devreye girmiş, dünya ekonomisiyle bütünleşmenin sağlanması amacıyla bu kararlar ile serbest ekonomi politikası etkin olmuş ve girişimciliği teşvik eden politikalar izlenmiştir (Öztürk İ., 2008: 28-31).

1980'lerden günümüze doğru yaklaştıkça girişimciliğin felsefesinde değişimler görülmüştür. Özellikle teknoloji yoğun ve ihracata yönelik girişimcilik faaliyetlerini artmaya başlamıştı. Ama bir yandan olumlu gelişmeler devam ederken diğer taraftan Türkiye'de girişimciliğin gelişim ve değişimine ayak uydurmasında ciddi engeller çıkmış ve dolayısıyla yeni girişimcilik adımlarının atılmasını sınırlayan birçok zayıf tarafları bulunmaktadır. Bu zayıf yönlerin ana başlıkları şunlardır (Cici, 2013: 38-39):

- Enflasyon
- Talep dalgalanmaları,

- Ekonomik istikrarsızlık,
- Yüksek faiz oranları,
- Banka desteklerindeki prosedürler ve engeller
- İşletme yapılarının KOBİ ve aile işletmesi niteliğinde olması.

1990'lı dönemlere geldiğimizde ekonomide devletin çok fazla rol aldığını, belirsizlik ortamının da durumunu koruduğunu söylemek mümkündür. Fakat bu olumsuzlara rağmen, girişimcilik Türkiye'de hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Girişimciler Gümrük Birliği'ne girilmesiyle beraber ayakta kalabilmenin yollarını bulmaya çalışmışlardır. Küresel piyasalarda rekabet ortamında bulunabilmek için, yabancı dil öğrenen, dış piyasalarda efektif şekilde mal satabilmek için yeterli bilgi ve beceriye sahip olması gerektiğinin farkında olan yeni girişimci tipi oluşmaktadır. Verimlilik, kalite, küresel pazarlama için ihtiyaç duyulan teknolojik gelişmelere karşı ayak uydurabilen bir girişimci kitlesi ortaya çıkmıştır (Aşkın vd., 2011: 69-70)

5 Nisan 1994 krizi ile girişimcilerimiz, bu zorlu sınavı başarı ile atlattılar. Diğer taraftan 1998 senesinde Asya'da başlayıp Rusya'da devam eden ayrıca dünyanın neredeyse her bölgesinde etkisini gösteren ekonomik kriz Türkiye ekonomisini de derinden etkilemiştir (Tekin, 1999: 15-16).

Bilgi toplumu olan 2000'li yıllara gelindiğinde, Türkiye'nin de yurtdışı pazarında kendini bulduğu, kendi teknolojisini kendi ürettiği yeni bir döneme adım atılmıştır. Kuruluşların varlığını devamlılığı ve küresel pazarda önemli rol oynamaları için, yurtdışı rakiplerle hem yurt içinde, hem de yurtdışında yarış maratonuna girmeleri gerekmektedir. Sermaye hareketlerinin hızla arttığı günümüzde, daha az maliyetle üretim yapan bir adım daha öne geçmektedir. Bundan dolayı avantaj ve karlılığın olduğu yerde olmak, rakiplerin her zaman önüne geçmek ve varlığının devam ettirebilmenin temelini oluşturmuştur (Dikbaş, 2005: 61-62).

## 1.4 GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Girişimcilik türleri uğraş alanları ve faaliyet bölgelerine göre 5 ana başlık altında toplanmıştır.

### 1.4.1 Yaratıcı Girişimcilik-Fırsat Girişimciliği

- *Yaratıcı girişimcilik tipi*; Girişimcilik türlerinden piyasa ekonomisinde yer alan yaratıcı girişimcilik; olağan veya olağandışı zamanlarda, sermaye kaynağını ve işgücünü etkin kullanarak, detaylı düşünebilen, planlama yapan, bunları yürütebilen ve sonuç alan kişiler olarak açıklanabilmektedir (Arıkan, 2002: 51)

- *Fırsat girişimciliği tip* ; ileriye doğru öngörülerle, avantajlı olabilecek alanlara yatırım yapan kişi olarak açıklanabilmektedir (Küçük, 2005: 37-38). Fırsat girişimcisi; daha gelişmiş bir eğitim almış, orta sınıf geçmişi olan, yönetim deneyimine sahip, çok yaratıcı ve çeşitli stratejiler geliştirebilen, fırsatları görebilen, çeşitli finansal kaynakları etkin kullanabilen bir girişimci çeşididir (Rauch ve Frese, 2000: 118-119).

### 1.4.2 İç Girişimcilik- Bağımsız Girişimcilik

- İç girişimcilik tipi;

Girişimcilik olgusunun kültürlerde oynadığı rol yüzyıllardır bilinmesine rağmen, girişimsel davranışın var olan işletmelerdeki önemi oldukça yeni bir durumdur. Bundan dolayı son zamanlara kadar girişimcilik adına literatür çoğunlukla yeni bir işletme kurma üzerine olmuştur. Fakat günümüz koşullarında çoğu işletme, varlığını devam ettirebilmeleri için, kendi girişimsel zemini harekete geçirmenin ve ya keşfetmenin yollarını bulmaya başlamıştır. Çünkü başarıyı ve kar elde edebilmeyi belirleyen temel etkenler bir işletmede girişimsel aktivitelerde bulunabilme yeteneğine bağlıdır. Yoğun endüstri çevresinde, bazı büyüme arzusuna kapılan işletmeler, hiyerarşinin ve bürokrasinin altında ezilmektedir. İşletmelerin bu ağır yapıdan kurtulabilmelerindeki asıl unsur, yapısında yaratıcılık, esneklik, yenilik, etkinlik ve aktiflik gibi tanımlar içeren iç girişimcilik olmaktadır (Naktiyok, 2004: 34-35).

- Bağımsız girişimcilik tipi;

Bağımsız girişimcilik veya girişimcilik var olan işletme dışındaki bireysel boyuttaki girişimcilik çabalarını açıklamak amacıyla kullanılır. Bağımsız girişimcilik iç girişimciliğin dışında kalan tüm girişimcilik aktiviteleridir. Bu bağlamda iç girişimden ayıran en önemli özelliği; girişimsel aktivitelerin olduğu yerle ilgilidir. Girişimcilik, gerekli çabanın ve zamanın elde edilmesiyle psikolojik, finansal ve sosyal risklerin alınmasıyla parasal kar elde edildiği katma değeri olan çeşitli şeyler ortaya koyma durumudur (Ağca ve Yörük, 2006: 161-164).

### **1.4.3 Kadın Girişimciliği**

Piyasa ekonomisinde, kendi işine sahip, tek başına ve ya yanında işçi çalıştıran, hizmet veya mal üretip satan, kaynaklarını detaylı şekilde araştıran, iş hakkında acil olarak problemlerin hakkından gelebilen, değişen koşullara adapte olabilen ve sektöründe deneyim sahibi olmak için çaba gösteren kadın “girişimci kadın” olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2006: 32-33).

Literatürde tanımlara bakılarak kadın girişimcilik şu şekilde açıklanabilir (Tekin, 2005: 320):

- Evin dışında kendi kurduğu bir işletme,
- Bu işletmede tek veya yanında çalıştırdığı diğer işçilerle beraber çalışan ya da sahibi olması adına ortaklık kuran,
- İşletme ile ilgili çeşitli özel veya kamu kuruluşlarıyla iletişime geçen,
- İşletmenin gelecek durumuyla ilgili planlar hazırlayan,
- İşletmeden elde edilen karı gerekli ve yatırım alanlarını belirleyip doğru pay edebilme özelliğine sahip olan,
- İşletmesi adına girişimcilikteki tüm riskleri üstlenebilen kadındır.

#### 1.4.4 Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik tanımının, özellikle son yıllarda hem uygulayıcıların hem de akademik alanda olmak üzere birçok paydaşın merkezinde olduğu ve gün geçtikçe daha da çok tartışıldığı vurgulanmaktadır. Bu kavrama ait yapılan tüm tanımların çelişkiler içermesi ve hala üzerinde oydaşma sağlanan tatmin edici bir tanım oluşturulmamasının bazı temel sebeplerinden bahsetmek mümkündür (Aslan vd., 2012: 70-71).

Uzun yıllardır girişimcilik sadece ticari amaçlı olarak görülsede de sanayi devrimi ile ortaya çıkan sosyal yaşamdaki sorunlarla birlikte sosyal girişimcilik gelmiş ve sosyal girişimciler başarılı işlere imza atmışlardır. Bu bağlamda sosyal girişimciler girişimci olmanın yanı sıra toplum çıkarlarını gözeten bir mercidir. Giddens'a göre sosyal girişimci, istihdam yaratmada ve toplumsal kalkınmada itici bir güç oluşturur. Sosyal girişimciler, birçok farklı konuda projeler geliştiren ve sosyal dönüşümü sağlayan kişilerdir. Deeds' a göre sosyal girişimci, yoksullara kendi kendilerine yetmeyi öğretecek donanımı oluşturur (Akkaş, 2009; 9).

Başka bir ifadeyle; etimolojik açıdan “sosyal” kelimesinin geniş alanı ilgilendiren ve geniş alana yayılmış, ekonomik olmayana hatırlatmasının yanı sıra “girişimci” tanımının da ayrıca ekonomik, finansal ve bireysel yapıya odaklı anlamı oluşturduğu anlaşılmaktadır. Yazarlar, “sosyal” ve “girişim” kavramlarının birbirlerini aynı anlamda içerdiklerini düşündüklerinden dolayı çıkarım yapmayı problem haline getirmektedirler (Aslan vd., 2012: 72).

Sosyal girişimcilik bilinenin aksine “balık vermek değil, balık tutmayı öğretmekten” daha farklı bir anlayışı ifade eder. Sosyal girişimcilikte, hem karın doyurup balık tutmayı öğretmek hem de balıkçılık sektöründe köklü değişiklikler yapmak asıl hedeftir. Bu sebeple toplum için daha geniş etkileri olacak çözümler oluşturmaya çalışarak sürdürülebilirlik hedeflenir (Aktaş, Kargın, & Gökbnar, 2018; 157).



### **1.4.5 İnternet Girişimciliği**

Çağımızda bilişim teknolojilerin ilerlemesiyle sanal(dijital) girişimcilik ortaya çıkmıştır. Enformatik ortamında bilgisayarda açılan siteler vasıtasıyla, pazara mal veya hizmet sunan girişimci kişiler sanal girişimciler olarak tanımlanmaktadır. Örneğin (Amazon.com gibi) kitap ve çeşitlerini satan siteler (Durmaz, 2015: 12).

## **1.5 GİRİŞİMCİLİğE ETKİ EDEN FAKTÖRLER**

Girişimciler içinde oldukları ortamın ve sosyo-ekonomik çevrenin birer ürünüdürler. Girişimcilik her ne kadar kişilerin kendi yetenekleri ve eğitimi ile ilişkili olsa da, aslında bu yeteneklerin dışında çevresel faktörler ve örgüt kültürü de girişimcilik davranışını ve kararlarını belirlemektedir. Girişimciliği etkileyen faktörler üç bölümde incelenmektedir (Korkmaz, 2000: 168).

a) Geçmişten gelen faktörler: Genetik faktörler, eğitim, aile ve tecrübe gibi kişinin bireysel özellikleri.

b) Örgütsel Yapı ile İlgili faktörler: Bunlar, bireyin sonradan kazanılmış bilgi, tecrübe ve becerileri, coğrafi konum, motivasyon ve iş arkadaşları ile olan ilişkileri gibi örgüt yapısı ile ilişkili olan faktörlerdir.

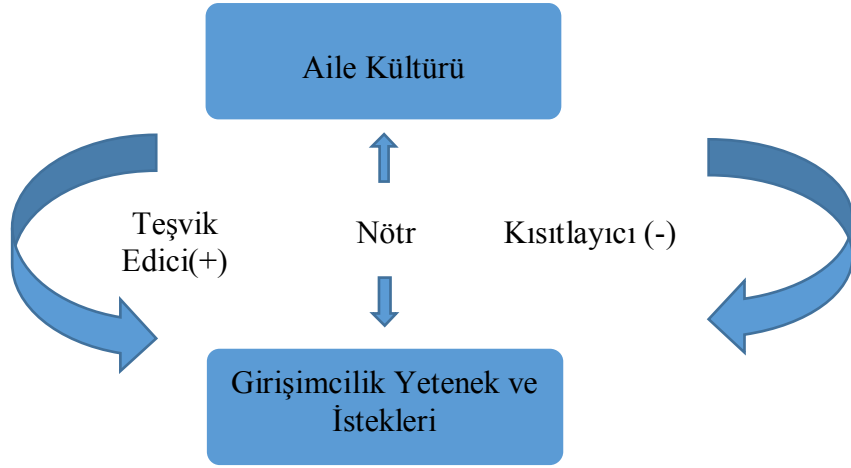
c) Çevresel faktörler: Ekonomik şartlar, girişimci örnekleri, risk sermayesinin temini, danışmanlık hizmeti alabilme, hizmet sağlanması ve müşteri kazanımı gibi işletmenin çevresi ile ilişkili faktörlerdir.

### **1.5.1 Aile ve Sosyal Çevre**

Ülkemizde yapılan çalışmalar dahilinde başarılı olan girişimcilerin girişimci ailelerden geldikleri belirlenmiştir. Bu sebeplerle, girişimciliğin ilerlemesinde ve girişimci kişilerin yetişmesinde aile faktörü önem arz etmektedir (TÜSİAD, 1987: 112-115).

Bireylerin aile yapısı girişimci kişiliğın oluşmasında oldukça etkilidir. Ailenin gösterdiği davranış ve tutumlar çocuğın özgür karar verme ve düşünebilme yeteneğinin oluşmasında oldukça etkili olarak, çocukta girişimcilik isteğı ve yeteneğini şekillendirmektedir. Collins ve Moore'a göre girişimcilik tutumları asıl çocuk yaşta başlamaktadır. Yapılan araştırmalarda başarılı olan girişimcilerin sahip oldukları özellikler, kendine güvenme ve bağımsız olma özelliklerini aile ile olan etkileşimle ortaya çıktığını göstermektedir (Kuvan, 2007: 145).





**Şekil 3: Aile Girişimci Kişilik İlişkisi**

Kaynak: (Özdemir & Mazgal, 2012: 93)

Araştırmalar çocuğun aileden edindiği eğitimin onu bütün hayatı sürecinde etkilediğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle çocukların doğduğu andan itibaren en fazla babasını ve ailenin diğer fertlerini rol model aldığı görülmüştür. Bu sebeple girişimci özelliğine sahip kişilerin bir araya geldiği ailelerde yetişen çocukların kişiliklerinde girişimcilik özelliği bulunmaktadır.(Çelik ve Akgemci, 1998: 28-37).

### **1.5.2 Eğitim**

Eğitim çift yönlü olarak etki gösteren bir faktördür. Eğitim kurumlarında ve ailede verilen eğitimin kişilerde girişimcilik ve yaratıcılık yeteneğinin gelişmesinde önemli bir etkisi olduğu gibi kişinin içindeki girişimcilik vasfının daha da kötü hale gelmesine sebep olabilmektedir. Yapılan çalışmalarda devamlı değişen ve geçerliliği az bir süre olan önem derecesi değersiz bilgileri üretmektense keşfedilmeyenleri keşfetmek üzerinde duran bir eğitim ile büyüyen çocukların girişimcilik yapmaya daha yatkın oldukları belirlenmiştir (Arıkan, 2004: 54-55).

2000’li yıllardaki çalışmalar gösteriyor ki girişimcilik alanında ana eğitim gören veya girişimcilik konusuna odaklanan öğrenciler başka alanlarda eğitim gören öğrencilere göre (Müftüoğlu vd., 2004: 114);

- Bir yıllık %27 daha çok iş tatmini,
- Yeni bir işe girişme konusunda üç katı fazla eğilime sahip,
- Kuracakları kendi işinde çalışma arzusunda da üç katı fazla eğilimine sahiptir.

### **1.5.3 Psikolojik Etkenler**

Girişimci kişinin bazı psikolojik özelliklerini maddeler halinde sıralayacak olursak (Esen ve Çonkar, 1999: 19-25);

- Karar vermede kişisel sorumluluğu üstlenme,
- Riskleri göze alabilme,
- Vermiş olduğu kararları uygulayabilme,
- Beyin gücünü daha etkin kullanabileceği alanlara yönelme,
- Ekonomik kazanç düşüncesi ile çalışma isteği,
- Geleceği görme ve düşünme gerekliliği,
- İş hayatında profesyonelce davranma.

### **1.5.4 Cinsiyet Faktörü**

1990’lı yılların sonuna kadar girişimcilik denildiğinde literatürdeki çalışmalarda ağırlıklı olarak erkek girişimcilerin özellikleri betimlenmiştir. Bunun asıl sebebi kadınların çok azı küçük işletme kurma isteğinde olmuş olmasıdır. Fakat son zamanlarda kadın girişimcilerin sayısının artması literatürdeki araştırmaların kadın girişimciler üzerine de yönelmesine neden olmuştur.

Çalışmalardaki genel yargılar ise; kadınların girişimciliğe eğilim zorlukları, erkeklerle karşılaştırıldıklarında yeni bir iş için ihtiyaç duyulan sermayenin elde etmekte daha fazla zorlandıkları ve bu yüzden ebeveyn veya eşlerinden destek aldıklarıdır.

Girişimcilik sürecinde çoğunlukla erkekleri motive eden etken para kazanmak olmuş ve mevcut kariyerlerindeki memnuniyetsizlikler onları bu yola eğilmesini sağlarken, kadınların para kazanma konusunda endişeleri sonraki safhalarda yer almaktadır. Kadınlar için genellikle çocuklarının ve kendi ihtiyaçlarını karşılamak girişimcilik motivasyonunu arttırmıştır (Dobransky, 2002: 6-18).

Cinsiyetlere iliştilen rollerin sonuçlarını en baskın şekilde alan ülkelerden biri de Türkiye'dir. Türk halkı değer yargıları açısından bakıldığında kadın için verilmiş en uygun rol evdeki işler ve çocuklarının bakımını üstlenmek olmuştur. Türk değerlerine göre evin geçimini sağlayan birey erkektir. Bu durumun farklı veya değişim yaşandığı durumlar kırsal bölgelerden kente göç eden, elinde mevcut birikimi olmayan ve aileyi geçindirmekle yükümlü olan erkektir. Bu tarz ailelerde şehirde yaşamının getirdiği masrafların karşılanamaması durumunda kadının da çalışma hali ortaya çıkmaktadır. Bur durum bir çok aile reisi erkek için tereddüt yaratmaktadır (Bedük, 2005: 107-117).

### **1.5.5 Çevre ve Kültürel Yapı**

Kişilerde girişimcilik ruhunun ortaya çıkmasını belirleyen faktörlerden birisi de çevre olmuştur. Girişimcilik olgusunun olduğu çevrenin politik, sosyal, teknolojik, kültürel ve ekonomik koşulları girişimciliğin temel yapı taşı oluşturur önemli çevresel etkenlerdir (Özden vd., 2008: 229).

“Risk alma yenilik oluşturma” gibi cümleler girişimciliğin temel unsurlarını oluşturmaktadır. Bu edimler gelişmiş olan ülkelerin kültürlerinde çok doğal karşılanıp destek verilirken, gelişmekte olan ülkelerde bu durum henüz yaygınlık kazanmamış ve popüler olmamış özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik olgusunun gelişimine katkı sağlayarak kökleşmesine neden olan kültüre “girişimcilik kültürü” denilmektedir (İraz, 2005: 176).

Girişimcilik ve yenilik derslerinin üzerine eğilen okulların girişimci yetiştirmeye daha da yatkın oldukları ve ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı sektörlerde faaliyete geçtikleri görölmektedir (Erdoğan, 2008: 18)

### **1.5.6 Yasal ve Devlet Faktörü**

Ülkelerin bürokratik ve yasal çerçeve boyutu girişimcilik unsurunu etkilediği çok açıktır. Devletin girişimciliğe karşı uyguladıkları yasal ve bürokratik engeller fazla ise bu durum girişimciliğin azalmasına neden olur. Hükümetin desteği, bürokratik yapının girişimcilerin lehine olması ve ayrıca ekonomik teşvikler ile beraber girişimcilik faaliyeti ülke içinde ciddi şekilde yayılacaktır (İraz, 2005: 178).

Girişimcilerin faaliyete geçmesi için hükümetin, tüm aktörleri (özel sektör, sivil toplum vb.) bu sürecin içine dahil etmesi ve potansiyellerinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Katı ve sert bir politikanın uygulandığı, aktörlerin kullanılmadığı bir ortamda girişimcilik faaliyetlerinin görölməsi oldukça güç bir durumdur. Serbest piyasanın ve esnek bir politikanın geçerli olduğu, küresel alanda aktif ve diğer ülkelerle uyumlu olan ülkelerde girişimcilik hareketlerinin geliştiğini söylemek mümkündür. Yeni bir işletmenin kurulması ve kurulan işletmenin başarısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi için yerel ve evrensel politikaların uygulanması önem taşımaktadır. Hükümetlerin ekonomik olarak aldığı tedbirleri, cari açıkları, ekonomik yapıları, iç borçların durumu, vergilerin oranı ve ekonomiye müdahaleleri girişimcilerin hareketlerini ve hedeflerini doğrudan etkilemektedir (Erdun, 2011: 14).

### **1.6 GİRİŞİMCİ OLMAK İÇİN GEREKLİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ**

Karakter; kişinin hem iç hem de dış çevresiyle kurduğu, başka kişilerden farklı, tutarlı ve oturmuş bir ilişki biçimidir (Cüceloğlu, 1994: 403-404).

Kişinin ilgilendiği iş ile kişiliği arasında bir bağ bulunmaktadır. Çünkü kişi genellikle ilgi duyduğu işlerle ilgilenmektedir. İnsanların ilgi alanlarına ve kişilik özelliklerine yönelik seçtiği işlerde başarılı ve mutlu olmaktadır (Bozgeyik, 2005:

322-323) Doğuştan gelen bazı özelliklerden dolayı insanların mesleki ilgi alanları da birbirinden ayrılmaktadır. Kişi, kendi özelliklerini doğru şekilde tanıdığı sürece iş tercihlerini daha tutarlı şekilde yapacaktır. İlk olarak kişinin kendi kişilik özelliklerini çok iyi tanması gerekmektedir. Kişinin kendisiyle ve kişisel özellikleriyle uyuşmayan bir meslek seçiminde bulunması başarısız olarak sonuçlanabilmektedir. Bu sebeple girişimcilik yolunda kişilik çok önemli bir rol oynamaktadır (Aytaç, 2001: 22-24).

### **1.6.1 Risk Alma Eğilimi**

En yalın ifadeyle risk, kontrolsüz faktörlerin olumsuz çıktıları meydana getirme ihtimalidir (Marangoz, 2013: 9). Girişimcilikle ilgili hareketlerin tümünde risk faktörü olma sebebiyle girişimci özelliklerinin ana faktörü olarak dikkate alınmalıdır. Girişimci kişiler kabul edilebilir risk faktörlerini göze alarak piyasaya girme cesaretini bulduran ve aldığı bu riske karşı kar veya zarar yapan kişilerdir (Küçük, 2005: 162).

Risk alma davranışı girişimcilikte önemli bir yer edinmektedir. Girişimcilik paydasında en fazla paya sahip olmasının en önemli sebebi ise girişimcinin yeni bir adım atarken sadece girişimin getirdiği riski üstlenmemesi bunların yanında finansal, bireysel ve kariyer risklerini de üstlenmesidir. Girişimcilik hareketleri beraberinde önemli yatırımları da getirdiğinden dolayı burada yaşanacak herhangi bir başarısızlık yukarıda sayılan konularda bireyi ciddi zarara uğratabilmektedir. Fakat, yanlış adımların ve hatanın, başarıya ulaşma ve vizyonu gerçekleştirme için gerekli olan adımlar olarak tanımlanması gerekmektedir (Gürol, 2006: 13).

Girişimci bireyler, başladıkları ekonomik faaliyetin sonunda çıkabilecek riskli sonuçları önceden hesaplayarak sonucunu üstlenmekten çekinmeyen kişilerdir (Eyüboğlu, 2003: 10-11). Diğer bir tanıma bakacak olursak; girişimci kişiler, karlı gördükleri bir iş için emeğini ve sermayesini riske atarak pazara girme cesareti gösteren kimselerdir (Tutar ve Küçük, 2003: 162).

Girişimci olan kişiler için işletmenin mevcudiyetini tehdit eden unsurlar; sistematik ve sistematik olmayan faktörler olarak iki ana temele ayrılmaktadır. İşletmenin dışında gelişen yasal, doğal, sosyal, siyasal, ekonomik değişkenler sistematik

risk grubuna dahil edilmektedir. Varlığını sürdürmek isteyen işletmeler işletme dışında gerçekleşen değişimlere çabuk ayak uydurmak için hazırlıklı olmaları gerekir. Diğer taraftan sistematik olmayan riskler, işletmenin içerisinde bulunduğu sektöre özgü bir risk olarak tanımlanmaktadır. Müşteri tercihlerindeki farklılıklar, buluşlar, yönetim hatları, grevler, reklam kampanyaları gibi faktörler işletmedeki sistematik olmayan riskleri içermektedir. Sistematik olmayan risk, ilgili işletmeyi ve onunla ilişki içerisinde olan işletmeleri ilgilendirmektedir (Özdemir, 2003: 60-61).

### 1.6.2 Yenilikçilik

Girişimci kişiler, yaratıcı ve yenilikçi düşünme yeteneğini kullanarak, farklı fikirlere sahip olarak yeni iş alanları yaratan ve bununla birlikte mevcut kaynakları sentezleyerek yeni oluşumlar elde edebilen kişilerdir (Öztürk, 2016: 14).

Yaratıcılık ve yenilikçilik özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanmıştır (Cabbar, 2006: 23, Karabulut, 2009: 332-355):

- Yaratıcı kişi, özerk ve bağımsızdır. Yeni heyecan ve yeni duygulara açıktır.
- Yaratıcı kişiler, çoğunlukla, zekaca üstün kişilerdir. Bununla beraber çok fazla zeka bulunması da yaratıcılık için şart değil.
- Çocuksu şekilde bir merakla sahiptirler. Yeni fikirler risk ve tehdit olarak düşünmezler.
- Yaratıcı özelliğine sahip olan bireylerin kendilerine olan güveni çok fazladır.
- Yaratıcı kişiler çok kısa zamanda çok fazla sayıda fikir üretebilirler.
- Küçük detaylarla uğraşmak yerine problemi çözmek ve onu anlamak ile ilgilienirler.
- Dünyaya ve diğer bireylerin duygularına hassasiyet gösterirler.
- Zor sorunlarla baş etmek yaratıcı insanları motive eder.

Yenilikçilik ve yaratıcılık birbiriyle sürekli karıştırılan farklı iki kelime olmakla beraber aslında birbiriyle bütünleşmiş ve genelde beraber anılan iki kelime olmuştur.



Yenilik kavramı, yaratıcı olan fikirlerin doğru şekilde geliştirilmesi ile ortaya çıkmaktadır. Yenilikçilik ise, iyi ve farklı bir fikir yaratma potansiyeline sahip olma ve bu fikri günlük hayata geçirme özelliğine sahip olmayı tanımlamaktadır. Böylece yaratıcılığın yenicililiğin çıkmasında önemli rolü bulunmaktadır. Yaratıcılık kavramı, yeniliğin oluşması için önemli ama tek başına da yeterli olmayan bir unsurdur (Karateke, 2006: 22).

### 1.6.3 Liderlik

Yöneticilerden farklı olarak, liderlik özelliğine sahip olan kişiler, etkili bir komutan, uzun süreli perspektifle olayları yorumlayabilen, yenilikçi, başarı sınırlarını zorlayan ve dürüstlük özelliklerine sahiptir (Çevik, 2006: 63).

Dünyanın en ünlü ve zenginlerinden biri olarak bilinen Bill Gates, liderlik sırlarını tanımladığı kitabında bir liderde olması gereken özellikleri maddelerle vurgulamıştır (Reca, 2006: 75-76):

- Personeline önem vermek,
- Geleceği görmek,
- Planlı ve çok çalışmak,
- Akıllı kişilerle çalışmak,
- Çalışanları şirkete ortak etme,
- Belli bir alana yönelmek,
- Kaliteli iş yapmak,
- İşini süresince bitirip teslim etmek,
- Açık olup saf olmamak,
- Zeki olup kurnaz olmamak,
- Piyasada olanları takip etmek, piyasaya yön vermek,
- İlimli bir hayat sürdürmek,
- Sosyalleşmeye önem vermek.

Bill Gates, kendisinin liderlik özelliklerini doğuştan değil sonradan kazanılmış bir davranış olduğunu belirtmektedir. Gates'e göre liderlik öğrenilen bir yetenektir, doğuştan gelen değil (Reca, 2006: 76).

#### **1.6.4 Özgüven ve İnanç**

Kendine olan güven; bireyin kendi davranışlarını, fiziksel özelliklerini, yeteneklerini bir bütün olarak kendisi ile ilgili değerlemeleri içermektedir (Demir, 2002: 80). Özgüven ve inancın temelleri çocukluk dönemine dayanmaktadır. Fakat bu genel yargıdan hareketle bu olguların zamanla da değişmeyeceği anlamına gelmez. Her ne kadar çocukluk ve bebeklik dönemleri güven-güvensizlik ikileminde duyguların gelişmesi için önemli ve bir o kadarda kritik dönemler olarak düşünülse de ileriki zamanlarda olumlu veya olumsuz izler ve yaşantılar güven unsurunu etkilemektedir (Yöndem, 2006: 104-105).

Bebeklik ve çocukluk çağı tamamen aktif olmayan, yetişkinlere bağlı bir şekilde yaşamak yerine tam zıttı olan yetişkin olmak kişiye birçok şeyi yeniden yapılandırabilme ve değiştirme özelliğini katmaktadır. Özellikle de düşünce, davranış, duygu ve düşüncelerin nasıl geliştiğine dair farkındalık oluşturan kişiler bunların üzerinde bir takım farklı değişiklikler yaparak, kişinin kendilerini algılama tarzlarında da farklılıklar yaratabilmektedir (Yöndem, 2006: 105).

Girişimci bireyler kendilerine güvendikleri gibi çalışanlarına da güvenmelidirler. Artık günümüzde bireysel başarılarından çok ekip başarıları ön plandadır. Kolektif olarak çalışma ile birlikte sonuca varma ve takımı yönetme ve bununla birlikte gelen geri bildirim önemli bir unsurdur. Takımına ve kendine güvenen girişimciler hedef ve amaçlarına ulaşmakta daha başarılı ve istekli bir davranış göstermektedirler (Yıldırım, 2008: 37).

Girişimcilerin belirledikleri hedeflere ulaşabilmeleri için, ilk olarak başarabileceklerine kendilerini inandırmaları gerekmektedir. Girişimci bireyler öncelikli olarak kendi kariyerinde kendisine saygı duyar ve başarıya ulaşabileceğine dair gerekli yeteneklerinin olduğuna da kendilerini inandırılırsa başarılı olurlar (Bozkurt, 2006: 94-111).

### 1.6.5 Başarı Arzusu

Başarılı olan girişimciler, kendi standartlarını aşmak, mükemmele ulaşmak, hedeflerine ulaşmak için çaba gösteren ve motivasyonunu yüksek tutan kişilerdir. Başarı arzusu fazla olan girişimciler, becerilerini zorlayan işlerde çok çalışarak ün ve para kazanmak gibi diğer faktörlere itibar etmezler (Çevik, 2006: 59).

Girişimci bireyler, yüksek başarı gereksinimini duyan, özgüven sahibi, ölçülebilir riskleri üstlenmekten çekinmeyen, araştırmayı seven ve bireysel sorumluluk alma özelliğine sahip olan kişilerdir (Eke, 1993: 12).

Yapılan araştırmaların sonucuna göre başarıma gereksinimi, daha iyiye ve başarıya erişmek için bireylerin mücadeleye etmeye yönlendiren bir faktördür. Başarı her çeşit insan için diğer insanlardan üstün olma isteğini taşıyan, kendini tanıma ve rekabete dönük bir davranış çeşididir. Başarı gereksinimi girişimcilik olgusuna uzun dönemde etki etmektedir (Lumpkin ve Erdoğan, 1999: 3-5).

**Tablo 2: Başarılı Girişimcilerin Sahip Olması Gereken Özellikler**

Özellik	%
Risk Alabilme	10.80
Özgüven	09.43
Yaratıcılık	09.30
Liderlik	07.81
İletişim Becerileri	07.67
Organizasyon/Planlama Yeteneği	07.61
İkna Kabiliyeti	07.14
Doğru Ekibi Kurma	05.93
İnisiyatif Alabilme	05.73
Yöneticilik Becerileri	04.95
Kişisel Bağlantılar	04.66
Finans Bilgisi	04.33
Yeterli Sermaye	04.05
Sonuç Odaklılık	03.13
Profesyonel İş Deneyimi	03.11

Kaynak: (KOSGEB, 2018)

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE İŞ-AİLE HAYATINDAKİ ENGELLERİ

#### 2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

Son yıllarda kadın girişimcilik kavramına oldukça önem verilmektedir. Genel olarak kadın girişimcilik kavramına bakılacak olursa; piyasa ekonomisinde, oluşabilecek riskleri hesaba alarak, direkt olarak pazara yönelik, nakit kazanca çevrilebilen hizmet veya mal üretip satabilen, kendi işinin patronu olup vergiye tabi ve TESK’ in Esnaf ve Sanatkarlar odasına ya da TOBB’ne üye olan SGK’ nın çatısı altında, tek olarak veya yanında başka bireyleri istihdam eden kadınlar “Kadın Girişimci” olarak açıklanabilir (Saray, 1993: 118).

Diğer bir açıdan kadın girişimciliği tanımı; piyasa ekonomisinde; hesaplanmış öngörülebilir riskleri göze alarak, direkt olarak pazara yönelik, nakde dönüşebilen mal ve hizmeti üretip satan, kendi işyerinin sahibi olup, sosyal güvenlik kurumu ile çalışıp vergi kaydı olan ve ya yanında başka kişilere de istihdam imkanı sunan kadın, kadın girişimci olarak tanımlanmaktadır. Biraz daha detaya inilecek olursa kadın girişimci (Ecevit,1993: 20);

- Evin dışında ki bir mekânda, kendi imkanlarıyla kurduğu bir işyerine sahip olan,
- Bu işyerinde işinin patronu olup ya da istihdam olanağı sunan,
- Mal veya hizmetin üretilmesinde katkısı olan,
- İşyerini ilgilendiren kurum ve kuruluşlarla sürekli irtibat halinde olan,
- İş süreçlerinin örgütlenmesi, üretiminin planlanması(mal veya hizmet), işyerinin işletilmesi, işin geliştirilmesi veya kapatılması konusunda kendi hakim olan,

- İşyerinden elde ettiği kazancın yatırımın ve kazancın kullanım imkanı elinde bulunduran birey olarak tanımlanabilir (Ecevit, 1993: 10-11).

## 2.2 GİRİŞİMCİLİKTE KADIN STATÜSÜNÜN TARİHSEL SÜRECİ

8. yüzyılın başlarında İngiltere’de buhar sanayisinin kullanılması ile ilk kez dokuma sektöründe Sanayi Devrimi meydana gelmiştir. Sanayi Devrimi ile beraber üretim alanında da birçok değişiklikler meydana gelmiş ve emek üretiminden sermaye üretime geçilmiştir. Böylelikle endüstriye geçen ülkelerde kentlere göçler artmış ve ekonomik yetersizlikten dolayı göç edenler kentlerin çevresindeki mahallelere yerleşmişlerdir. Ekonomik anlamdaki darlıklar ve artan yoksulluk nedeniyle kadınlar da şehirlerde ücretli işçi statüsünde çalışmaya başlamışlardır. Kadınların eğitim seviyesinin düşüklüğü, iş alanında bilgi ve tecrübesinin yeterli olmaması ve aile bütçesine katkıda bulunmak istemesi zor şartlar altında, düşük ücretle ve beceri gerektirmeyen işlerde çalışmaya zorlanmıştır (Koray, Demirbilek, & Demirbilek, 1999: 12-30) (Güldal, 2006: 10).

Yapılan araştırmalarda kadınların çalışmasının Osmanlı İmparatorluğu’nun son zamanlarından II. Meşrutiyet’in ilan edilmesi ile başladığı ve Cumhuriyetin ilanı ile beraber Atatürk’ün reformlarının uygulanmasıyla arttığı ortaya çıkmıştır. 1980 yılından sonra kadın iş faaliyetlerinin üçüncü aşaması yaşanmaya başlanmış ve bu faaliyete verilen önemde artmıştır (Gökakın, 2000: 109).

I.Dünya Savaşı sonrasında Paris’te Barış Konferansında vurgulanan konulardan birisi de uluslararası alanda çalışma şartlarının düzenlenmesi ve bir teşkilatın kurulması ile ilgili çalışmaları yürütecek olan “Uluslararası Çalışma Mevzuatı Komisyonu” oluşturmak olmuştur. Komisyonda çalışmalar doğrultusunda “Çalışma” başlığı altında hazırlanan metinde Versailles Barış Antlaşması’nın 13. Bölümü oluşturulmuş ve bu bölümde uluslararası düzenlemeler yapılması ve uluslararası bir teşkilatın kurulması gerekliliğine değinilmiştir. Bunun sonucunda 1919’ da Milletler Cemiyeti ve Versailles Barış Antlaşması ile beraber ondan bağımsız kuruluş olarak “Uluslararası Çalışma Örgütü” kurulmuştur. Bu kuruluş bütün ülkelerde, tam gün çalıştırma, asgari ücret, yeterli gıda, işçi sağlığı, her birey için daha iyi yetiştirme ve üstün bir mesleki eğitimden

yararlanma olanağı, anne ve çocukların korunması, konut ve tatil, sosyal güvenlik önlemlerin alınması ve yeterli gıda gibi konularda tedbirler alınarak tüm ülkede uygulanması ile görevlendirilmiştir. Buna ek olarak Ulusal Çalışma Örgütü endüstride çalışan kadınların her türlü haklarını korumayı ve Sosyal Güvenlik haklarından faydalanmaları hedeflemiştir (Yurdakul, 1994: 57-78).

Türk Medeni Kanunu'nda evli bir kadının çalışması ve iş yeri açması için gerekli olan eş izni şartı (Medeni Kanun'da madde 159), Anayasa Mahkemesi tarafından 1990 yılında eşitlik ve çalışma özgürlüğünü bozduğu nedeniyle aykırı bulunup kaldırılmıştır. Artık evli olan kadınların kendi işyerlerini açma konusunda önlerinde hukuken bir engel olmamasına rağmen geleneksel görüşlerin ortadan kaldırılması kolay olarak görülmemektedir. Bu faktör kadınların kendilerine sunulan toplumsal cinsiyet kalıplarına uygun beceriler oluşturmalarına ve toplumsal üretimden kendilerini soyutlamamalarına neden olmaktadır. Bu sebeple kadınlar, daha çok kendilerini sağlık, eğitim, gıda, tekstil gibi alanlarda çalışmakta veya bu sektörlerde iş yeri açmakta girişimindedirler (Çakıcı, 2006: 55-78).

2000'li yıllarda ise kadınlar genel sorunlarını çözmüş ve iş hayatında yönetici, lider, girişimci gibi yüksek roller üstlenmeye başlamışlardır. İş hayatının büyük risk ve zorluklarına rağmen günümüzde kadınlar kendi işyerlerini açma çabaları olmuştur. Kadın girişimciler çeşitli alanlarda kendini göstermektedirler. Ayrıca başarılı oldukları iş dalının yanında erkeklerin hakim olduğu alanlarda da faaliyetleri artmaktadır. Kadınların hali hazırda buldukları hizmet sektörü diğer yetişen kadınların tercihlerinde de ön planda olmuştur. Halkla ilişkiler, eğitmenlik, satış ve danışmanlık gibi meslek alanlarında ve iş yaşamında girişimcilik gösteren kadınların çoğu sosyal bilimler alanında eğitim almış olan kadınlar olmuştur (Gökalp, 2008: 14-32).

Ülkemizde özellikle son yıllarda kadınların işgücü piyasasında sürekli bir artış göstermesinde, çalışma şartlarının kadın işgücü için uygun ve teşvik edici bir seviyede olması ve kadınları iş hayatında koruyan hakların varlığının olması büyük etken olmuştur (Can ve Karataş, 2007: 251-260).

## 2.3 KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ

Girişimci olma sebepleri üzerine yapılan çalışmalar, girişimci olan kişilerin bağımsızlığa, hırslı bir başarıya arzusuna ve iç denetime sahip olma isteklerinin olduğunu göstermiştir. Ayrıca girişimcilerin yaratıcı, aktif, bağımsız bir yapıya sahip ve üstlenilebilir risk alabildikleri belirtilmiştir. Problemlerle uğraşma yeteneğine sahip, kendine güvenen ve hırslı gibi özellikler de diğer madde olarak eklenebilmektedir (Karateke, 2006: 19).

Kadınlardaki girişimci olma arzusunda bağımsız olma isteği öncelikli sebepken, daha iyi gelir elde etmek erkeklerde girişimciliğin öncelikli nedenleri arasında yer almaktadır. Erkeklerde bağımsız olma isteği ikincil etken olmasıyla birlikte kadınlarda da iyi gelir elde etme amacı ikincil etkindir. Kişisel beceriler ele alındığında kendi işini kurma isteği erkeklere oranla kadınlarda daha fazladır. Diğer dikkat çeken husus ise kadın girişimcilerin kendi işlerini kurma nedeninde atıl kalmamak ve çalışma saatlerinin esnekliği erkeklere göre daha etkindir.

Genel olarak bakıldığında; kadının iş hayatına atılmasında, kendi ayakları üzerinde durabildiğini göstermesi, aile bütçesine olan katkısı, mutluluk ve işten tatmin olma gibi sebepler etkili olmuştur. Buna ek olarak hizmet sektöründe kadın çalışanlara olan talebin artması, kadınların sosyokültürel yapıda yer alması ve eğitim seviyesinin yükselmesi, kadın rolünün algıdaki değişikliği, pozitif cinsiyet ayrımcılık çabalarının fazlaşması, bilgi ve teknolojik çağda üretimin ve yönetimin kadın çalışanlara uygun olarak iş kollarını arttırması, ailede erkeğin gelirindeki yetersizlikten dolayı kadının da aile bütçesine katkıda bulunması zorunluluğu, ev işlerinde teknolojinin hakimiyeti sayesinde zamandan tasarruf sağlanması, kadına verilen teşvik edici sendikal haklar ve benzeri sosyal kurumların iyileştirilmesi, çalışma olgusunun kadınlar tarafından sosyal ve ekonomik özgürlük olarak düşünülmesi kadının iş hayatına atılmasında etkili olan faktörler olmaktadır (Öğüt, 2006: 7).

Türkiye’de kadınların girişimcilik faaliyetleri yapısal uyum politikalarının da etkisiyle aile gelirine yönelik geliştirilen kadın girişimcilerin kendi başlarına küçük işletme kurma girişimlerine dayanmaktadır. Kadınların hem aile bütçesine ek gelir

sağlamak için hem de ücretli işlerde çalışma isteğinin artması onların ekonomik olarak girişini hızlandırmıştır. Ancak Türkiye’de kadınların başvurduğu işlere uygun eğitim ve yeteneğinin olmaması kadınların iş bulma ihtimalini son derece zayıflatmıştır. Böylelikle zorunlu olarak kadın girişimcileri kendi işlerini açmaya zorlamaktadır (Soysal, 2010: 65).

Kadın girişimcilerin iş kurma sürecinde etkili olan faktörleri inceleyen pek çok araştırma yapılmıştır. İncelenen faktörler doğrultusunda girişimci kadınları iş kurmaya iten etkenler, çekici ve itici olmak üzere iki ana gruba ayrılabilir. İtici etkenler kadınları iş yapmaya teşvik eden sebeplerdir. İş ile ilgili konuya duyulan ilgi ve sempati ise çekici etkenlerdir (Baraz, 2006: 120).

**Tablo 3: Girişimcilik Üzerinde Etkili Olan Psikolojik Sebepler**

<b>Güdü</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>
Hırs	11	27.5
Kendi İlgi Alanı	11	27.5
Bağımsızlık	5	12.5
Finansal Zorluklar	4	10.0
Konforlu Bir Yaşam İsteği	4	10.0
Meşgul Olma İsteği	2	5.5
Konforlu İki Taraflı Bir Rol	1	2.5
Yatırım	1	2.5
İstihdam Yaratma İsteği	1	2.5

Kaynak: (Dhillon, 1993: 55)

### **2.3.1 İtici Etkenler**

Bu kısımda kadınların kendi işlerini kurmak istemelerinin itici etkenleri başlıklar halinde ele alınmıştır.

#### **2.3.1.1 İşsizlik**

İşgücü piyasası ele alındığında erkek iş gücünün hakim olduğu sektör ve toplumların gelenek, görenek, adet gibi soyut olan ve baskın biçimde kabul görmüş



değerler kadınların iş bulma ile ilgili kısıtlı fırsatlara sahip oldukları göstermektedir. Bu sebeple işsizlik kadınları iş kurmaya yönelten itici etkenlerden biri olarak gösterilebilmektedir.

Hem krizler hem de küçülme gibi ekonomik etkenlerle birlikte iş yerlerinde kişilerin fazlalık olarak düşünülmesi ile gerek devletin gerekse de işletmelerin işçilerin işlerine son verilmesi birçok ülkede işsizliğe sebep olmaktadır. Özellikle kadınlar iş yerlerinden çıkartılma korkusuyla yüzleşmiş ve bu etkende kadınları kendi işini kurmaya itmiştir (Hughes, 2003: 10).

### **2.3.1.2 Çalışma Saatlerindeki Esneklik**

Kadınlar anne, eş, ev hanımlığı gibi rolleri üstlenmektedir. Bu rollerin getirdiği yükümlerin yerine getirilmesi hususunda kadının aile ve iş yaşamı dengesinde zorlanacağı öne sürülebilmektedir.

Aile yükümlülükleri ve annelik vasfıyla birlikte kadınlar genellikle kariyerlerine ara vermek zorunda kalabilmektedirler. Bundan dolayı girişimcilik kadınlara, kariyerlerine başka yerden devam etme olanağı sağlarken; annelik rolünü de üstlenmelerine imkan tanımaktadır. Girişimciliğin özelliklerinden olan bağımsız olma ve kendi işlerinin sahibi olma gibi faktörler kadınları ailedeki sorumluluğu ve annelik vasfını daha esnek bir şekilde sürdürebilmelerine olanak tanımaktadır (Narin vd., 2006: 8).

### **2.3.1.3 Cam Tavan ve İş Yerindeki Memnuniyetsizlik**

Kadın çalışanların iş yaşamında kendilerini yetersiz olarak görmeleri, toplumsal önyargılardan ötürü yönetici mevkilere yükselmelerinin pek de mümkün görünmemesi, ailevi sorumluluklara daha çok ağırlık vermeleri gibi içsel zorlukları içerse de gün geçtikçe cam tavan kavramı kapsamını genişletmiş ve girişimci aday kadınların yükselmek istediklerinde toplumsal, örgütsel tüm zorlukları içerir hale gelmektedir. Araştırmalar göstermektedir ki kadınlar için belli bir seviyeye kadar ilerleyip kimsenin henüz adlandıramadığı önyargılar ile tepe ya da üst yönetim pozisyonlarına çıkmasının

engellenmesi yani yönetici vasfından uzak tutulması için tasarlanmış görünmez bir tavanın ve sınırın varlığından bahsedilebilmektedir (Aydın vd., 2007: 313-314).

İş doyumsuzluğunda olan; yani işinden ve çalışma koşullarındaki memnuniyetsizlik durumu çalışanları, yeni bir iş arama yoluna doğru itmektedir. İş tatminsizliği var olan çalışanları da dışarı itmektedir ki bunlardan da bazıları kendi işinin patronu olma fikrine bürünürler. İş memnuniyetsizliği bu sebeple girişimcilik alanında itici faktörler arasında sıralanabilmektedir (Sakulova, 2009: 34-35).

### **2.3.2 Çekici Faktörler**

Bu kısımda girişimci olmayı çekici hale getiren faktörlere değinilmiştir.

#### **2.3.2.1 Kendini Gerçekleştirme İsteği**

Yapılan çalışmalarda kadının gelir düzeyine göre kendi işini kurma sebeplerinin farklılık gösterdiği saptanmıştır. Maddi olarak yetersiz olan kadınlar için en önemli faktör gelir elde etmek iken, maddi yeterliliğe sahip olan kadınlardaki en büyük sebep “kendini gerçekleştirme” olmaktadır. Kendini gerçekleştirme isteği kadın girişimciler için iyi bir etken ve girişimci olmaya iten faktörler arasında yer almaktadır. Ayrıca kadınların maddi kazançtan önce kendini gerçekleştirme ve kendini ispat etme isteği iş kurmalarında çekici bir faktör olarak bilinmektedir (Narin vd., 2006: 69).

#### **2.3.2.2 Girişimcilik Güdüsü**

Risk alma, yenilikler oluşturabilme gibi unsurlar girişimcilik kültürünün ana etkenleridir. Girişimcilik güdüsü bu hususları taşıyan kadının sermayeyi, diğer üretim faktörlerini ve emeği bir araya getirerek hizmet veya mal üretimini amaçlama arzusudur (Kınay, 1994: 38).

### **2.3.2.3 Zengin Olma Arzusu**

Diğer işletmelerde ücretli ve ya maaşlı çalışmak yerine kendi işinin sahibi olma isteği daha güdüleyici olabilmekte, zengin olma imkanı ve daha fazla gelir elde etmeyi sunmaktadır. Erkeklerle göre kadınlar için ekonomik güdüleme faktörleri genelde ikinci planda kalsa da, çekici bir etken olarak zengin olma arzusu da karşımıza çıkmaktadır (Gönüllü ve İçli, 2001: 86).

### **2.3.2.4 Sosyal Statü Edinme Arzusu**

Sosyal statü, bireyin toplumdaki yerinin diğer bireylerle karşılaştırıldığında, hangi konumda olduğunu gösteren değerlendirme olarak açıklanmaktadır. Statü, kişinin çevresindeki bireylerin toplumda kendisine nesnel olarak yakın gördükleri makama verilen kavramdır. Kadınlar, annelik ve ev hanımlığı rollerinin yanında, çevresinde de birey olarak kabul görme arzusu ve çabası içerisine girmektedir. Bu çabaların ve başarıma arzusunun sonucunda kadınlar girişimciliğe yönelmektedir. Ayrıca kadınlar toplumda belli bir statüye ulaşmak ve başarmış olarak görülmek istemektedirler. Bundan dolayı toplumda statü edinme arzusu da çekici faktör olarak kadın bireyleri iş kurmaya yönlendirmektedir (Gönüllü ve İçli, 2001: 75).

McClelland güç ihtiyacını iki ana grupta incelemiştir. Bunlardan ilki pozitif boyutlu motive eden ve ikna eden güç diğeri de negatif boyutlu hakimiyet altına alan ve itaat ettiren güç olarak tanımlamaktadır (Ceylan ve Demircan, 2002: 2-3).

### **2.3.2.5 Güç Elde Etme Arzusu**

Güç elde etme arzusu bireyin, başkalarının davranışını etkileme, onlardan sorumlu olma ve onları kontrol etme arzusu olarak açıklanmaktadır. Asıl amaç, diğer insanları yönlendirmek, etkilemek ve imkanlar doğrultusunda hakimiyet sağlamaktır. Güç kavramından anlaşılacağı üzere girişimci kadınların diğer insanları yönlendirebilir, etkileyebilir ve duruma göre hakimiyet kurabilir. Bu olanaklara sahip olma arzusunda

olan kadın birey güç elde etmek isteyecek ve girişimciliği değerlendirerek buna yönelmektedir (Ceylan ve Demircan, 2002).

## 2.4 KADIN GİRİŞİMCİ TÜRLERİ

Kadın girişimciler davranışsal temellere dayanan farklılıklar, cinsiyet rollerine bağlılıkları, girişimcilik düzeyine ve yeni girişimci olup olmama duruma göre farklı çeşitlerde bölümlere yani farklı tanımlamalara, tiplere ayrılmaktadır. Tüm bu maddelerdeki farklılıklar da göstermektedir ki bütün kadın girişimciler homojen bir yapıya sahip değildirler. Bundan dolayı başka kaynaklardan başka özelliklerden beslenmekte ve bu özelliklerinden dolayı girişimcilikteki ilerlemeleri ve başarıları farklılık göstermektedir (İraz, 2005: 33).

Langan-Fox ve Roth (1995)'un tanımlamalarına göre girişimci kadınlar psikolojik özelliklerine göre çeşitli tipolojiler göstermektedir. Bu tanımlamalar psikolojik şekline göre farklılık gösteren üç kadın girişimcilerdir: başarı ihtiyacı duyan kadın girişimciler, yönetsel kadın girişimciler ve pragmatik kadın girişimciler. Bu tip kadın girişimcilerin güç ve başarı için motivasyonları kendi aralarında farklılıklar göstermektedir (Salleh, 2007: 26-28).

Goffe ve Scase (1985) ise iki faktör çerçevesinde dört farklı kadın girişimci tipi tanımlamışlardır. Bunlardan ilki, girişimci kadınların kendine güven ve bireycilik ilkelerini benimseyen geleneksel girişimciliğe yatkın olduğu varsayımını benimsemektedir. Diğerleri ise erkeklerin astı durumunda olmayı kabullenen kadınların var olduğu varsayılan geleneksel cinsiyet faktörünü içermektedir. Bu faktörlere dayalı olarak da dört kadın girişimci tipi tanımlanmaktadır (Morçin, 2013: 171).

**Tablo 4: Kadın Girişimci Tipleri**

<b>Kadın Girişimci Tipi</b>	<b>Özellikleri</b>	<b>Girişim Alanları</b>
Geleneksel Kadın Girişimci	Hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini aynı ölçüde yerine getirmeye çalışır.	Konuk evi işletmeciliği, sekreterlik, bakım ajansı, restoran, yemek fabrikası, kuaför salonu vb..
Yenilikçi Kadın Girişimci	Girişimci rolünü, geleneksel rolünden daha üstün tutan ve öncelikli hedefi işini büyütmek olan girişimcidir.	Yükseköğül mezunu kadınların istihdam edildiği alanlar, pazar araştırmaları, reklam, halkla ilişkiler ve basın.
Evcimen Kadın Girişimci	Geleneksel rolünü girişimci rolünden üstün tutan ve girişimciliği bir yan iş gören girişimcilerdir.	Uzun vadeli, küçük ölçekli işler yaparlar ve daha çok evde üretilebilen ürünlerin ticaretiyle uğraşırlar.
Radikal Kadın Girişimci	Kadınların ikinci plana atılmasının önüne geçmeye çalışan ve işini bu amaca hizmet eden bir araç olarak gören girişimcidir.	Basın, yayın, perakende, satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat işleri.

Kaynak: (Morçin, 2013: 172)

#### **2.4.1 Geleneksel Kadın Girişimci**

Türk kadınları genellikle geleneksel ve aileci kadın girişimci tipine uygun meslek dallarını seçtiği düşünülmektedir. Bu sebeple Türk girişimci kadınları daha çok tekstil, temizlik ve hizmet sektörleri gibi hafif sanayi dallarına yönelmektedirler. Ayrıca Türk girişimci kadınlar genellikle küçük ölçekli işletmeler kurmaktadır (Morçin, 2013: 172).

Geleneksel girişimci kadın, klasik girişimci olarak da bilinmektedir. Bu geleneksel kadın girişimci tipi, yüksek düzeyde girişimcilik ideallerine ve cinsiyet rollerine bağlı kadın girişimcileri içermektedir. Para kazanma motivasyon kaynağı olmakla beraber, geleneksel aile rolünü de ele almaktadır. Genellikle evli kadınlar aile ve iş hayatı arasında denge sağlamaya çalışırlar. İş ile ilgili sorumluluğu tamamen üstlenip, varsa ortağı da sadece sınırlı destek verebilmektedir. Çoğunlukla sekreterlik, konuk evi, restoran, kuaför salonu, yemek fabrikası ve bakım ajansına sahiptirler (Marangoz, 2012: 101-102).

#### **2.4.2 Evcimen Kadın Girişimci**

Evcimen girişimci kadın tipi, aile içinde var olan rol modele ve evdeki sorumluluklarına oldukça bağlıdır. Bu girişimci kadın tipinde evdeki işler iş hayatından önce gelmektedir. Bu sebeple girişimcilik yapısı geleneksel olan girişimci kadın tipinden farklıdır. Bu tipte ki kadın girişimciler ailelerinin uygun olduğunu düşündükleri işleri yapmaktadırlar. Evcimen girişimci kadın tipinde ailede ki kadının sorumluluğu girişimcilik eğilimi ile ters orantılıdır. Örneğin çocuk sayısındaki artış bu kadınlarda girişimciliğe yönelmelerini de bir o kadar azaltmaktadır. Bu durum erkeklerde ise tam tersine işlemektedir (Reca, 2006: 77).

Çocuk sayısı arttıkça evi geçindirme sorumluluğu da artacağından girişimciliğe yönelme de artmaktadır. Bu girişimciler, ailesindeki görevleri her şeyden önemli olduğu için girişimciliği ikinci plandaki iş olarak görür. Bu nedenle girişimcilik hedeflerinde çok istekli değildirler (Öztürk, 2016: 38).

#### **2.4.3 Radikal Kadın Girişimci**

Radikal girişimci kadın tipinde ise ailevi roller ve girişimcilik eşit öneme sahiptir. Bu kadın tiplerindeki girişimcilikte kadın cinsiyetine sahip olmaları ve her alanda erkeklerle kendini eşit görmeleri tamamen motivasyon kaynağıdır. Genellikle kadın hareketlerine hitaben basın, yayın, eğitim, küçük ölçekli üretim ve perakende satış gibi alanlarda faaliyet gösterirler (Marangoz, 2012: 103).

#### **2.4.4 Yenilikçi Kadın Girişimci**

Bu tipteki kadın girişimcilerin öncelikleri tamamen girişimlerinin büyüyüp hedeflerin gerçekleşmesidir. Tam tersi olarak geleneksel cinsiyet faktörleri ikinci sıradadır. Bu tipteki kadın girişimcilerin özellikleri; teknoloji ile iyi ilişkilere sahip, eğitim seviyesi oldukça yüksek ve ekonomik özgürlüklerine sahip olmalarıdır. Çoğunlukla satış ve pazarlama, basın yayın, halkla ilişkiler ve reklamcılık gibi sektörlerde faaliyet gösterirler (Onay, 2013: 35-36).

## 2.5 GİRİŞİMCİLİK YOLUNDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI ENGELLER

Girişimcilik faaliyetleri kapsamında kadınların ekonomik olarak sahip oldukları işletmelerin öncelikle, problemlerin belirlenmesi, işletmenin mevcut performansında, liderlik vasıflarında, örgüt kültüründe ve finansal farklılıkların olduğu yapılan çalışmalarda gözlemlenmiştir (Özdevecioğlu ve Çelik, 2001: 498).

Başka bir çalışma olan Watkins ve Watkins (1984)' in araştırmalarında, erkeklerin girişimcilik alanındaki geçmiş bilgi ve deneyimleriyle altyapılarının kadınlarınkinden daha fazla olduğu, tam tersi ifadeyle de kadınların işletme kuruluş aşamasında hazırlıksız olduklarından dolayı üstelenebilir riskleri erkeklere oranla daha fazla oldukları sonucuna varmışlardır (Kutunis, 2003: 60). Özetle kadın girişimcilerin farklı iş hünleri düzeyine, mesleki geçmişe ve güdülere sahip oldukları söylenebilmektedir (Çelebi, 1997: 19).

Brush ve arkadaşları(2001) kadınların girişimcilik değerleri üzerine yaptıkları araştırmada; kadınların girişimcilikte karşılaştıkları sorunlarının nedenleri hakkında bulgular bulunmaktadır. Bu doğrultuda kadınlar;

- Hızlı bir şekilde büyüyen işleri istememektedir,
- Fazla kazanç sağlamak konusunda yeteri kadar bilgi ve tecrübe altyapıları bulunmamaktadır,
- Güvenilir sermayeleri olacak kadar doğru bağlantılara sahip değildirlir,
- Ani ve hızlı büyüebilecekleri kadar yeterli finansal varlıkları yoktur,
- İş planı oluşturamamaktadır,
- İş yeri kurarken yüksek sermaye ile atılma konusunda çekingendirler,
- Sermaye yoğun olan sektörlerde aktif değildir.

Bu tanımlamalar doğrultusunda, erkekler buldukları girişimleri ilerletme potansiyeline sahip olurken, kadınlar ise sadece girişimci olarak var olmak istemekte ve toplumsal önyargıyı kırmaya çalışmaktadır (Gatewood vd., 2009: 138)

Girişimcilikte karşılaşılan sorunların kadın veya erkeklerin karşılaştıkları engeller olarak ayrılmamaktadır. Fakat buna ilaveten kadın girişimciliğin üzerine ek kısıtlamaların da olduğu bilinmektedir (Şekerler, 2006: 120).

### **2.5.1 Eğitim**

Öncelikle kırsal kesimde, kız çocukların küçük yaştan itibaren çiftlik ve tarla işlerinde çalışması ve erken yaşlarda evlendirilmesi, onların eğitim imkanlarından erkeklerden daha az yararlandığının göstergesidir. Ayrıca okula giden kız çocukların ise ilköğretimden sonra eğitimlerine devam etmelerinde ciddi engellerin ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Şehirde ise eğitim imkanı erkek çocuklarına oranla kız çocuğuna az önem verilmesi, kadın girişimcilerin iş hayatına katılımını olumsuz olarak etkilerken, girişimcilik benliklerini olumsuz olarak etkilemektedir (Soysal, 2010: 103).

Eğitilmiş kadınların işgücüne katılım oranı daha yüksektir. İşgücüne katılım oranı kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe, daha fazla artmıştır. Yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılım oranı (TÜİK, 2016: 2).

Eğitilmiş olan kadınların işgücü piyasasına katılım oranı daha fazladır. Kadınların eğitim seviyesi arttıkça iş gücüne katılım oranı da artmaktadır. Okur-yazar olmayan kadınların girişimciliğe katılım oranı %16, ilköğretim ve ortaöğretim mezunu kadınların girişimciliğe katılım oranı %25,8, lise mezunu olan kadınların girişimciliğe katılım oranı %31,9, meslek veya teknik liselerinden mezun olan kadınların girişimciliğe katılım oranı %39,8'dir. Yükseköğretimden mezun olan kadınların girişimciliğe katılım oranı ise %71,3'dür (TÜİK, 2016: 2).

Son olarak eğitim, bireyin özgüven kazanmasında ve kişisel olarak hareket etmesinde önemli bir vasıta. Böylelikle bireyin girişimci olabilmesi de bu vasıfları bulundurabilmesinden geçmektedir. Çünkü özgüveni olan birey, bir girişimcilikte bulursa



bile bunu sürdürme güçlüğü yaşayacak ve en ufak engelde pes edecektir. Bundan dolayı eğitim sisteminin zemininden itibaren ve yaratıcılık ve yeniliği güçlendirici, girişimci vasıflar kazandırmaya yönelik düzenlenmeler gerekmektedir (Cansız, 2013).

### 2.5.2 Sosyal Çevre

Bugüne kadar kadınlar ailede babasına, iş yerinde patronuna, okulda öğretmenine, evde kocasına bağımlı şekilde hayatını sürdürürken, kadının iş hayatına girmesiyle birlikte toplumdaki sorumlulukları değişmiştir. Toplumun iş kadınlarına olan önyargı ve alışkın olmama durumları sebebi ile kadının kendi işinin başına geçmesi ve onu sürdürmesi pek mümkün olduğu söylenemez.

Ancak bu durum sadece toplumun düşüncelerinin değişmesi ve modernitenin artmasıyla farklılık göstermektedir

En gelişmiş ülkeler de dahil olmak üzere kadının karşısında duran ayrımcılık olgusunun, bu ortamdaki karmaşık uygulamaların üstesinden gelinememiş olması gibi, büyüme yolundaki birçok ülkede kadının yerinin ev olduğuna inanılmaktadır.

Toplum baskıyla yapılan kadın-erkek cinsiyet ayrımı yapılması kadın girişimcilerin pazar araştırması yapmasında ve piyasaya açılmasında engellerle karşılaştığı kaçınılmaz bir gerçektir. 1923'te Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulması ile kadınlar siyasi temsil, eğitim ve istihdam alanlarında daha fazla olanaklardan yararlanmışlardır. Bu resmi erişime rağmen kamu yaşamında kadının toplum içinde varolan rolünü büyük ölçüde geleneksel olan kültürel değerler tarafından tespit edilmeye devam etmektedir. Bu varolan değerler aile içinde açıkça cinsiyete dayalı bir beraberlik olduğunun göstergesidir.

Erkekler evin ihtiyaçlarını karşılama sorumluluklarıyla birlikte, ailenin maddi yönden destek sağlanması beklenirken, kadınlardan da evin düzenin oturtulması ve çocukların yetiştirilmesi beklenmektedir. Kadın ev dışında çalışabilme hakkına sahip olmasına karşın çalışmama ihtimallerini de göz önünde bulundurulabilir. Bir kadının iş hayatına atılması ancak evdeki sorumluluklarını yerine getirmesiyle mümkün olmaktadır (CEDEFOP, 1985: 10-11).

**Tablo 5: Kadın Girişimcilerin Sorunları, Hedefleri ve Ailelerinin Girişimcilik Durumları**

<b>KRİTERLER</b>	<b>ORANLAR (%)</b>	<b>KİŞİ SAYISI</b>
<b>İŞ İLE İLGİLİ SORUNLAR</b>		
Eğitimsiz İnsanların Bakış Açısı	%20	5
Ekonomik Koşullar	%12	3
Müşterilerin Anlayış Düzeyindeki Farklılıklar Rakipler	%12	3
Çıraklık Belgesi Alma	%12	3
Kaliteli Malzeme Bulma	%4	1
Kadınlara Olan Güven Eksikliği	%4	1
Çalışma Koşullarının Zorluğu	%4	1
Tesettürlü Olma	%4	1
İş İle İlgili Sorun Yaşamayan	%4	1
	%24	6
<b>HEDEFLER</b>		
İşletmeyi Büyütmek ve Başka İllere Şubeler Açmak Sadece İşini Büyütmek	%20	5
Aynı Çizgide Devam Etmek	%20	5
Marka Bayiliği Almak	%12	3
Alanında Lider Olmak	%12	3
Türkiye Genelinde Marka Olmak	%12	3
Yurtdışına Açılmak	%8	2
Alanının Dışında da Kendini Kanıtlamak	%8	2
	%8	2
<b>AİLEDEKİ GİRİŞİMCİLER</b>		
Ailesinde Kendisinden Başka Girişimci Olmayan Ailesinde Herkes Girişimci Olan	%28	7
<b>Ailesinde Girişimci Olan Toplam Kadın Girişimci</b>	%8	2
	%72	8
<b>SÜREÇ OLARAK GİRİŞİMCİLİK</b>		
Öğrenilebilen Süreç	%32	8
İstek	%4	1
Kişilik Özelliği	%54	16

Kaynak: (Kutunis ve Hancı, 2004: 461)

### **2.5.3 Bürokratik Engeller**

Kadınların iş hayatına girmesi ya da girdikten sonra iş hayatını sürdürmeleri konusunda yasalara dayalı cinsiyet ayrımcılığı yoktur. Ama belli meslek gruplarının ve işlerin kadınlara uygun işler olarak toplumun kabul görmesi, görev dağılımının adil olmaması, ekonomik kriz söz konusu olduğunda ilk önce kadınların işten çıkartılması ve yasa dışı sektörlerde ücretlerin düşüklüğü gibi ayrımcılık adına örnekler verilebilmektedir (Sandıklı, 2009: 67).

Ülkemizde yapılan araştırmalarda, bürokratik engelin kadın girişimcileri zorlayan en büyük faktörlerden birisi olduğu saptanmıştır. Türk toplumu kişiselliği gelişmemiş bir toplum olarak görüp topluluklara bağlılığı oldukça yüksektir. Bu sebeple bireyciliğin etkisiyle girişimci faaliyetleri ve kişisel inisiyatifin oldukça zayıf olduğu söylenebilmektedir. Bundan dolayı bu olaylar bürokratik kurumların aşırı baskın olduğu sonucunu da beraberinde getirmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007: 100-120)

Başka açıdan bakıldığında kadın girişimcilikte bürokratik engeller, kurumsallaşmaya karşı olan tutum önemli bir örnek olmaktadır. Bazı girişimciler, kurumsallaşma çabasını; karar alma süresinin olabildiğince uzaması olarak görmektedir. Ülkemizdeki bürokratik sistemin kurumsallaşmayı teşvik edememesinin sebebi; erkek ve kadın girişimcilerin bürokratik-hantal yapıya ulaşacağına ve tekrarlamaların sürdürülebileceğine olan inancıdır (Baraz, 2006: 125).

### **2.5.4 Mali Yeterlilik**

Bir işletme kurmak isteyen girişimciler için ilk engel sermayeyi sağlayabilmektir. Sermaye finanse etmek için de ilk akla kredi çekmek gelmektedir. Kendi işini kurmak isteyen girişimci kadınların ihtiyacı olan başlangıç parasal yükümlüğü ya kendisi yada çevresindekilerden temin etmektedir. Çevresinden veya birikimleri ile sermayesini sağlayamayan kadınlar için ise akla ilk gelen yol genellikle kredi çekmektir. Araştırmalar her ne kadar gösterse de kadın girişimcilerin erkeklere oranla daha az sermaye ile girişimde bulunmayı seçtiklerini gösterse de bazen bu miktarlara bile sahip

olamama durumunda buldukları da aşıkardır. Bankalar ise dış kaynak temininde en önemli kurumların başında yer almaktadır (Arat, 1993: 101).

Türkiye’de kadınlara yönelik, banka mevzuatı açısından, ipotek, banka kredisi ve diğer mali kredilerden faydalanmaları konusunda engelleyici ve ayırıcı kurallar mevcut değildir. Bu konuda kadınları teşvik eden düzenlemeler de yapılmaktadır. Fakat ayrılan fonlar ve kadınların bu krediyi kullanma imkanları yeterli olmaması ve toplumsal yapının bir sonucu olan teminatı gösterecek varlıklarının olmayışı krediden faydalanamamalarına sebep olmaktadır. Bunun gibi engellerle kadınlar; daha çok sermayeye ihtiyaç duyulan endüstri gibi sektörlerde faaliyet gösterememekte ve bunun sonucunda da varolan birikimleri kadar sermaye ile hizmet sektörüne yönelmektedir (Gürol, 2000: 233).

Toplumsal yapının bir sonucu olan bu sorunlar çoğunlukla gayrimenkullerin erkeklerin üzerinde olmasıdır. Bu sebeple kadınların, bankaların istediği en önemli teminat kaynağı gayrimenkul kefil bulmasını zorlamaktadır. Buna ek olarak başka bir diğer sorun ise finans kurumları hakkındaki deneyimsizlik ve bilgisizliktir. Ayrıca kadınların girişimci olarak kurmayı planladıkları işletmelerinin çok küçük ölçekli olması finans kurumları için getirisinden çok maliyetlerin yüksek olması sebebiyle bir engel olarak önlerine çıkmaktadır (Kınay, 1994: 42).

### **2.5.5 Cam Tavan Engeli**

Çalışan kadının; kendisi ile meslektaş olan, aynı birikim ve deneyime sahip ve aynı kıdeme sahip olup karşı cinsine nazaran daha düşük ücret alması durumudur. Hiyerarşinin üst kademelerine çıkma söz konusu olduğunda, kadın sırf kadın olduğundan dolayı, karşılaştığı cam tavan engeli sebebiyle örgütteki hak ettiği yere gelememektedir (Özdevecioğlu ve Çelik, 2001: 487-490). Bu durum cam tavan olarak adlandırılıp, iş yerlerinde kadınların yönetim düzeyine kadar yükselmesini kısıtlayan görünmez engeller olarak da tanımlanabilir (Gökkaya ve Kocacık, 2005: 195-210). Bu engellerin bazıları ise; ön yargılar, şirket uygulamaları (personel alımı, kıdem ve ücretlendirme), rol çatışması, rehberine sahip olmama ve iletişimdeki eksiklikler olarak maddelenebilir (Anafarta vd., 2008: 110-136).

## 2.5.6 İletişim ve Koordinasyon

Girişimci kadınlar işlettikleri işletmelerinde eleman ve yönetim bağlamında bir takım sorunlarla da karşılaşabilmektedirler. Başarılı bir ekip ile çalışmalar başarılı girişimci kadınların püf noktalarından bir tanesi olabilmektedir. Kadın girişimcilerin kurdukları işyerlerine güven vb. sorunlar nedeniyle çalışmak pek tercih edilmemektedir. Bu olumsuz engellerden dolayı kadın girişimciler kalifiye personel alımlarında güçlük çekmektedirler. Bu engellerin nedenleri işi bilmeyen çalışanı doğru yönlendirmeme olabileceği gibi yanlış organizasyondan çalışanlarını doğru şekilde örgütlememeden kaynaklanabilmektedir. Kadın girişimci doğası gereği ve anaçlık duygusu barındırdığından dolayı personelleriyle zaman zaman patron-çalışan ilişkisi kuramayıp bir dost, arkadaş edasıyla hatta anne-çocuk ilişkisi içine girebilmektedir. Bu ilişkiyi doğru kuramayan kadın girişimciler personelleri hakkında bir karar verirken duygusal davranıp bazı durumlarda profesyonel davranmamaktadır. Bu sorunları yaşamamaları için kadın girişimciler her zaman personelleriyle profesyonel ve sağlam ilişki kurmaları gerekmektedir. Kadın girişimcilerin ihtiyaç duydukları çeşitli alanlarda destek hizmetlerinden yararlanabilecekleri kurumlar kurulmalıdır. Aynı kuruluşlar, bu konulara ek olarak beceri ve eğitim konusunda destek verebilir, teknik danışmanlık sağlayabilir, ürün tasarımlarını oluşturup çoğaltabilir, pazarlama ve dağıtım bilgisini girişimci kadınlara aktarabilirler. Bu kuruluşlar kadın girişimcilerin kendi imkan ve güçlerini birleştirerek oluşturacakları gibi halen varolan kurumlardan da destek alabilmektedir ([www.kadininstatusu.aile.gov.tr](http://www.kadininstatusu.aile.gov.tr)).

Kısaca bu kuruluşlar;

- Belediyeler,
- Milli Eğitim Bakanlığı,
- Maliye,
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları,
- Bankalar,
- Milli Prodüktivite Merkezi,

- Sanayi,
- İGEME,
- Sanayi ve Ticaret Odaları,
- Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu,
- KAGİDER,
- Tarım, Orman ve Köy İşleri Bakanlığı
- Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü,
- TOBB,
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı
- Radyo ve televizyon kuruluşları ve ayrıca konuyla ilgilenen diğer örgütler

Bu kuruluşlar; yeni işletme kuran ya da işlerini geliştirmek isteyen kadın girişimcilere çeşitli olanaklar sağlamakta ve destek vermektedirler.

## **2.6 KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ**

Günümüzde birçok kadının, girişimciliğe olan ilgisinin artarak kendisine yeni bir işletme kurması girişimci kadınların sayısını gün geçtikçe artmaktadır. Bu artış kadın girişimcilerin niteliklerini şekillendirmeye başlamıştır. ABD, İngiltere ve Kanada' da yapılan istatistikler ve araştırmalar kendi işini kuran kadınların sayısının sürekli arttığını, işletmelerin ise artık erkekler tarafından kurulması tabusunun yıkıldığını göstermektedir. Bu sürekli artış kadınların iş hayatına hızlı bir şekilde ilgi duymasıyla mümkündür (Çelebi, 1997: 22). Özellikle bahsedilen ülkelerde belli bir girişimci kadın tipi ortaya çıkartılmaya yönelik farklı araştırmalar bulunmaktadır. ABD'nde Schreier ve Schwartz'a ait araştırmalar bunlardan ilkidir (Liman: 34).

Dış ülkelerde yapılan araştırmalar da, genel olarak eğitilmiş ve ileri yaştadır. Destekleyici baba ve eşlere sahiptirler. Genel olarak girişimci kadın, orta gelir seviyesine sahip ailenin ilk çocuğudur. Bu kadın girişimciler sektör olarak hizmet sektörünü tercih etmekte ve çocuklarını yetiştirip genellikle 35 yaşından sonra şirket

kurmaktadır. Girişimci kadınların büyük çoğunluğu teknik ve mesleki eğitim görmemiş, teknik dışı iş deneyimine sahip, kuvvetli bir iletişim özelliği olan ve uzun dönemde planlama yapabilen bireylerdir. Kadınlar bağımsızlık arzusu, iş tatmini, başarıma ihtiyacı ve ekonomik zorunluluklardan dolayı çalışıp otokratik yönetim tarzını benimsemektedirler. Genel olarak kadın girişimciler hizmet, sağlık, turizm, giyim ve gıda alanlarında yoğunlaşmakta, genel olarak sahip oldukları birikimlerini küçük ölçekli işletmelerde değerlendirme yapmak istemektedirler (Şekerler, 2006).

Bowen ve Hisrich (1986), girişimci kadınların özelliklerini detaylarını araştırmışlardır. Bu araştırmaya göre kadın girişimcilerin genel olarak işletme alanında olmasa da iyi bir eğitim almış, sıkı kontrol alanlarına sahip olduklarını, diğer kadınlara oranla daha feminen ya da tercihlerinde daha kararlı olduklarını, büyük ihtimalle girişimci bir babaya sahip oldukları, ailede ilk ya da tek çocuk olduklarını, tercih ettikleri sektörlerin genellikle erkek egemenliğinin az olduğu yerler olduğunu, genellikle evli olduklarını, düşük ihtimalle büyük işletmeye sahip olduklarını ve iş hayatı konusunda eğitime gereksinim duyduklarını ortaya çıkarmışlardır (Aktaran: Güney, 2006: 36). Yetim (2008)'e göre girişimci kadınların özelliklerini 3 ana başlık altında toplayabiliriz. Bunlar: 1.Sosyo-Kültürel Değerlerle İlgili Özellikler (Çevresindeki ilişkileri ve kaynakları iyi değerlendirebilen ve çevrelerinde saygındırlar) 2.Girişimci Olmanın Verdiği Özellikler (Risk alma, kendine güven, yaratıcılık, rekabet, yenilikçilik, bağımsızlık ve akılcılık vb.) 3.Cinsiyeti Farklılığından Kaynaklanan Özellikler (İyi iletişim kurabilme, hoşgörü, problemleri hızlıca çözebilen, özgüvenli, duygusal ve hoşgörülü) (Morçin, 2013: 170).

**Tablo 6: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar**

<b>Kadın Girişimciler</b>	<b>Erkek Girişimciler</b>
Motivasyonun kaynakları, yükselmesine izin verilmediğinden dolayı daha çok başarıma isteği aşmalarıdır.	Motivasyon kaynakları, geleceklerini kontrol ve güvence altına alma eğilimleridir
Kadınlar önceki işlerini, yüksek derecedeki iş memnuniyetsizliği nedeniyle terk ederek yeni girişimlerinde daha zor işler ile uğraşırlar	Erkekler girişimlerini mevcut işlerinin bir alternatifi, bir hobi gibi gördüklerinde yeni işlerine geçerler
Kadınlar bir girişime başlarken kişisel varlıklarına ve birikimlerine güvenmektedirler	Erkekler, yeni girişimlerine başlarken, özsermayelerinin yanı sıra yatırımcıları, banka kredileri veya bireysel kredileri kullanırlar
Kadınlar, orta düzey yöneticilikte, genellikle hizmet sektöründe deneyimlidirler.	Erkekler, imalat, finans ve teknik alanlarında deneyime sahiptirler.
Erkeklere nazaran kendilerine daha az güvenirlir ve daha fazla kuralcıdırlar	Kadınlara nazaran kendilerine daha fazla güvenirlir, daha esnek ve daha toleranslıdırlar
Kadınlar girişimlerine, 35-40 yaşları arasında başlamaktadırlar	Erkekler girişimlerine, 25-35 yaşları arasındayken başlamaktadırlar
Kadın girişimciler genellikle liberal sanat eğitimi almışlardır.	Erkek girişimciler genellikle teknik ve işletme alanında eğitim almışlardır.
Kadın girişimcilerin ilk sıradaki destekçileri eşleri, ikinci sırada yakın arkadaşları ve üçüncü sırada mesleki birlikler gelmektedir	Erkek girişimcilerin en önemli destekçileri danışmanları olan avukatları ve muhasebecileri, ikinci sırada ise eşleri gelmektedir.
Kadın girişimciler daha çok perakende, halkla ilişkiler ve eğitim hizmetleri sektöründe girişimde bulunmaktadırlar	Erkek girişimciler daha çok imalat, ithalat ve ileri teknoloji alanlarında girişimde bulunmaktadırlar

Kaynak: (İpçioğlu, 2011: 99)

### **2.6.1 Özgüven**

Özgüven kavramı, kişinin kendilerine yönelik güzel duygular oluşturması sonucu, kendilerini daha iyi hissetmeleri olarak tanımlanabilir. Bir diğer ifadeyle kendine olan güven sonucundan memnun olmak ve bu davranıştan ötürü de insanların kendisi ile



barışık olmaları olarak tanımlanabilmektedir. Özgüven duygusu girişimci kadınların iş yaşamında başarılı olmalarının altında en önemlilerinden birisidir. Fakat kendisine karşı olan iyi duygular hissedilen bir kadın, kuvvetli rakipleri arasından ayrılacak ve başarılı olacaktır. Bu sebeple girişimcilik söz konusu olduğunda özgüven kavramı başarıya götüren unsur olmaktadır (İraz, 2005: 70).

Kadınların artan miktarda eğitim seviyeleri, devletin sağlamış olduğu destek politikaları, eş ve aile düzeyinde verilen destek ve kadının sosyal hayatın içerisindeki değişen rolü girişimci kadınların özgüvenlerini ve motivasyonlarını artırıcı bir etki sağlamaktadır. Bu nedenle girişimci kadınların miktarında ve başarı seviyesinde gözle görülür bir artma söz konusudur (Karateke, 2006: 34).

### **2.6.2 Motivasyon**

Başarılı girişimci kadın, işine çabuk motive olabilen bir girişimcidir. Kadın girişimciler, sıklıkla yaptıkları işi içten yapan ve başarı hedefli çalışan bir bilince sahip olduklarından dolayı fazla mesai yapmaktan kaçınmazlar. Şansa değil tamamen kendi başarılarına inanırlar. Yönelimsel ve finansal güçlüklerin üstesinden çabucak gelebilecek yapıya sahiptirler (Karabulut, 2009: 98).

“Güdüleme” ya da “arzulanırma” olarak açıklanabilen motivasyon kavramı, bir davranışın başlatılıp yönlendirilmesi ve sonuçlandırılmasını sağlayan dürtüye verilen isimdir. Motivasyonu, insanın var olan kaynaklarını belli bir hedef için harekete geçiren güdü veya enerji olarak açıklayabiliriz. Motivasyon; istek, hedef, arzu, haslet ve heves sözcükleri ile de yakından ilişkilidir. Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için öncelikle kendi bilgi ve deneyimleriyle veya mevcut kaynaklarını en uygun şekilde kullanarak kendi lehine çevirmesiyle sağlamalıdır (Korkmaz, 2000: 33).

İş fikrini uygulamaya çevirmek için girişimcilik özelliklerine en çokta kendine güven özelliğine sahip olup işin gerektirdiği faaliyeti başlatmak için ise motivasyonu kendinde barındırması gerekmektedir. Yenilik yapmak ve yaratıcı olmak bir girişimcinin en önemli özelliklerin arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra bu özellikleri kendinde barındıran organizasyonlar ve girişimciler kendilerini çabuk

değişen koşullara uyarlama ve rekabet üstünlüğünü sağlama imkanını sağlamaktadır (Eke, 1993: 43).

Günümüzde ekonomik kalkınmanın sürdürülmesinin en önemli vasıtası olarak işaret edilen girişimcilerin başarısında da motivasyon önemli bir kavramdır. Girişimcilerin barındırdıkları bu misyonu uygulayabilmeleri; devam ettirilebilir bir yenilikçiliği barındırmaları gerekmektedir. Devam ettirilebilir yenilikçiliğin uygulanabilmesi için ise, yaratıcılığın önündeki engellerin kaldırılması ve bunun temel bir dinamik olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (İraz, 2005: 26).

### **2.6.3 Risk Alabilme**

Risk kavramı, belirli bir zamanda, amaçlanan bir sonuca ulaşamama, zarara ya da kayba uğrama olasılığıdır. İleride zamanlarda oluşabilecek potansiyel sorunlara, tehlike ve tehditlere işaret eder. Genellikle risk net ve tam olarak öngörülemez veya bilinemez, zamanla da değişebilmektedir. Risk almanın sonucunda olumsuz etkileri mevcuttur.

Risk (psikolojik, ekonomik, kariyer geliştirme ve sosyal ilişkiler vb. alanlarında) üstlenme arzusu başarılı girişimcilerde bulunması gereken en temel özellikler arasındadır. Çağımızda insanların girişimci olarak devam edebilmesinin temel koşulu, risk alması ve bu riski aldıktan sonra da riski kaldırabilecek donanımına sahip olmalarıdır. Uygun görülen, üstlenilebilir riskleri göze almak başarılı girişimciliğin altın sırlarındandır (Tekin ve Zerenler, 2005).

Girişimcilik olgusu, risk almak olarak açıklanacak olursa, girişimci de riski üstlenebilen kişi olarak tanımlanabilir. Bundan dolayı girişimci toplumun gereksinim duyduğu ürün veya hizmetleri üreterek ticari bir kazanç elde etmeyi hedefleyen ve buna ulaşmak için de elindeki mevcut kaynakları kullanarak risk üstlenen kişiler olarak açıklanabilir. Girişimciliği risk üstlenebilme kabiliyeti olarak açıkladığımızda bu risklerin daha önceden betimlenebilir, öngörülebilir riskler olması gerekmektedir. Genel itibari ile risk olgusuna bakılacak olursa, riskli durumlar birden çok alternatifin olduğu yerlerde söz konusu olmaktadır. Literatürde risk kavramının üç boyutu mevcuttur: İlki mevcut kayıpların büyüklüğü, ikincisi mevcut kayıp ihtimalleri üçüncü olarak ise

mevcut kayıpların ortaya konulmasıdır. Daha ileri boyutlarda riskin üç ana belirleyicisi veya kaynağı olduğu açıklanmaktadır. Bunlar, verimsiz kaynaklar, diğer insanlar ve doğal güçler ile birlikte zaman ve bilgiden kaynaklanan bilgi eksikliği ve kontrol eksikliğiyle beraber zaman eksikliğidir (Cansız, 2005: 60-63).

Girişimci kadınları etkileyen riskler; alacakların tahsilatından dolayı oluşacak zorluklar, piyasa şartları, işletme giderleri, üçüncü şahıs ve firmalara ödenmesi gereken borçlar ve devlete olan ödemeler olarak sıralanabilmektedir. Bir kadın girişimci; mali planlama ve başarılı bir nakit akışı ile üstlenebileceği risk etkenlerini düşürebilecektir (Şahin, 2006: 41).



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ İŞ YAŞAM DENGESİNDE ENGEL VE FIRSAT ANALİZİ:

#### KONYA İLİ ÖRNEĞİ

##### 3.1 METODOLOJİ

Araştırmanın bu bölümünde araştırma modeli, evren ve örneklem seçimi, verileri toplama tekniği, verilerin nasıl analiz edildiği ve hipotezlere ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

##### 3.1.1 Araştırmanın Tipi

Bu çalışma Konya ilinde yaşayan kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken ve işletme faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunları tespit etmeye yöneliktir. Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Olmak üzere iki grupta incelenir. Nicel araştırma olaylar arasındaki ilişkileri tanımlamak için sayısal veriler kullanır. Nitel araştırma insan davranışlarını veya deneyimlerini tanımlamak için sözcükleri veri olarak kullanır (Akman, 2014: 9). Yapılan çalışmada nicel araştırma kullanılmıştır.

##### 3.1.2 Araştırmanın Evren Ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini; Konya’ da farklı sektörlerde faaliyet gösterip, KİKAD, Konya Ticaret Odası ve Konya Sanayi Odası’na kayıtlı olan kadın girişimciler seçilmiştir. Bunun sonucunda araştırmanın örneklemini ilgili odalarda kayıtlı olan kadın girişimcilerden (190 kadın girişimci) oluşturmaktadır.

Verilerin toplanacağı anketler toplam olarak 190 kadın girişimciye ulaştırılmış ve 40 tanesi çeşitli sebeplerden dolayı değerlendirilmeye alınmamış olup toplamda 150 anket araştırma kapsamında değerlendirilmeye tabii tutulmuştur. Hazırlanan anketler girişimci kadınlardan hem elektronik posta yolu ile hem de birebir görüşmeler yoluyla toplanmıştır.

### **3.1.3 Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları Ve Tekniği**

Araştırmada veri elde etme tekniği olarak anket tercih edilmiştir. Ankete katılan kadın girişimciler anket sorularına ne derece katıldıklarını 5'li likert ölçeğine göre cevap vermişlerdir. (Kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum)/(Hiçbir zaman, nadiren, bazen, sık sık, her zaman). Toplamda 39 sorudan oluşan anket (Özkan, 2011)' in yüksek lisans tezinde kullanılmış, kendisinden izin alınarak bu çalışmadan da yararlanılmıştır. Uygulanan anketin tamamı 4 bölüm içermektedir. İlk bölümde; iş-aile çatışması 7 soru, aile-iş çatışması için 7 soru, ikinci bölümde; aile yaşam tatmin düzeyi için 8 soru, üçüncü bölümde; yaşamdaki stres düzeyi için 9 soru ve son bölümde de demografik özellikler için 8 soru yer almaktadır (EK 1).

Anketörler tarafından anket formlarını cevaplayacak kadın girişimcilere, ankete verecekleri cevapların kesinlikle anketin amacından farklı bir yerde kullanılmayacağı beyan edilmiştir.

### **3.1.4 Araştırmada Kullanılan İstatistik Yöntemler**

Araştırma verilerin toplanması için araştırmanın uygulama bölümünde; bağımlı ile bağımsız değişkenlere yönelik verilerin elde edilmesinde kişisel bilgi anket formlarından yararlanılmıştır. SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) paket programı verilerin uygulamasında kullanılarak ilk olarak sosyo-demografik özelliklerini çıkartmak için frekans dağılımları ile bu dağılımlardan faydalanarak oluşturulan soruların normal dağılımını bilmek için varyansların homojenliği analizi ve normallik testi, güvenilirlik testi, faktör analizi, tek yönlü ANOVA analizi, korelasyon analizi ve frekans analizine tabi tutulmuştur.

### 3.1.5 Araştırmanın Hipotezleri

**H1a;** Kadın Girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri yaşlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2a;** Kadın Girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3a;** Kadın Girişimcilerin hissettikleri duygular, yaşlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H1b;** Kadın Girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2b;** Kadın Girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3b;** Kadın Girişimcilerin hissettikleri duygular, medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H1c;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri sahip oldukları çocuk sayısına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2c;** Kadın girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları sahip oldukları çocuk sayısına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3c;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, sahip oldukları çocuk sayısına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H1d;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri yükümlü oldukları bireye göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2d;** Kadın girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları yükümlü oldukları bireye göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3d;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, yükümlü oldukları bireye göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H1e;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri almış oldukları eğitime göre anlamlı bir farklılık yaratmaktadır.

**H2e;** Kadın girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları almış oldukları eğitime göre anlamlı bir farklılık yaratmaktadır

**H3e;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, almış oldukları eğitime göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H1f;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri ile girişimci olmaların da etkisi olan büyük sebep arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2f;** Kadın girişimcilerin Aile yaşamından tatmin olma boyutları ile girişimci olmaların da etkisi olan büyük sebep arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H3f;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile girişimci olmaların da etkisi olan büyük sebep arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1g;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri ile girişimci olmalarındaki nedenler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2g;** Kadın girişimcilerin Aile yaşamından tatmin olma boyutları ile girişimci olmalarındaki nedenler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H3g;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile girişimci olmalarındaki nedenler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1h;** Girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri, girişimcilerin faaliyet sürelerine göre anlamlı bir vardır.

**H2h;** Girişimcilerin Aile yaşamından tatmin olma boyutları, girişimcilerin faaliyet sürelerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3h;** Girişimcilerin hissettikleri duyguları, girişimcilerin faaliyet sürelerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H4;** Kadın girişimcilerin iş-aile yaşam ilişkisi ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5;** Kadın girişimcilerin iş-aile yaşam ilişkisi ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H6;** Kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini ile girişimcilerin hissettikleri duygular arasında anlamlı bir ilişki vardır.



## 3.2 BULGULAR VE YORUM

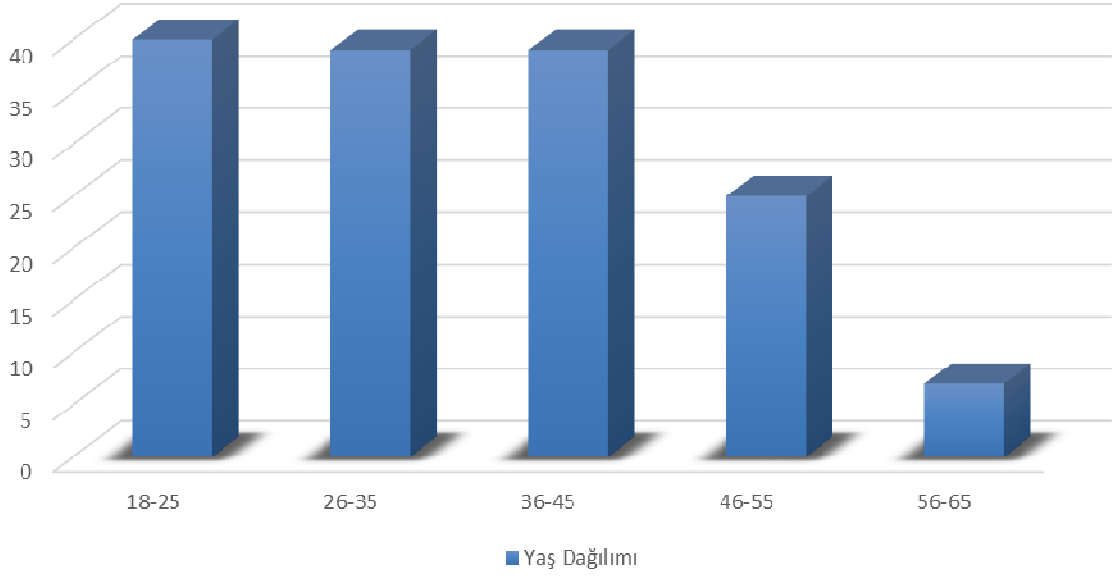
### 3.2.1 Demografik Özellikler

**Tablo 7: Yaş Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
18 ile 25 Yaş Arası	40	26,7	26,7
26 ile 35 Yaş Arası	39	26,0	52,7
36 ile 45 Yaş Arası	39	26,0	78,7
46 ile 55 Yaş Arası	25	16,7	95,3
56 ile 65 Yaş Arası	7	4,7	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaşlarına göre frekans dağılımı tablo 7’ de verilmiştir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %26,7’si 18 ile 25 yaş arasında iken, %26’sı 26 ile 35 yaş arasındadır. Yaşa göre frekans tablomuza aynı şekilde baktığımızda kadın girişimcilerin %26’sı 36 ile 45 yaş arasında, %16,7’si 46 ile 55 yaş arasında ve %4,7’si ise 56 ile 65 yaş arasında kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Bu yüzdeler çerçevesinde 18 ile 25 yaş arası kadın girişimci sayısı 40, 26 ile 35 yaş arası kadın girişimci sayısı 39, 36 ile 45 yaş arası kadın girişimci sayısı 39, 46 ile 55 yaş arası kadın girişimci sayısı ise 25 ve 56 ile 65 yaş arası kadın girişimci sayısı 7 ile sınırlı kalmıştır. Bu durumda kadın girişimcilerin buldukları yaş frekans dağılımına göre araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğunun genç kadın girişimcilerden oluştuğunu görmekteyiz. Aynı zaman da yaş dağılım grafik 1’ de gösterilmektedir.

**Grafik 1: Yaş Dağılımı**



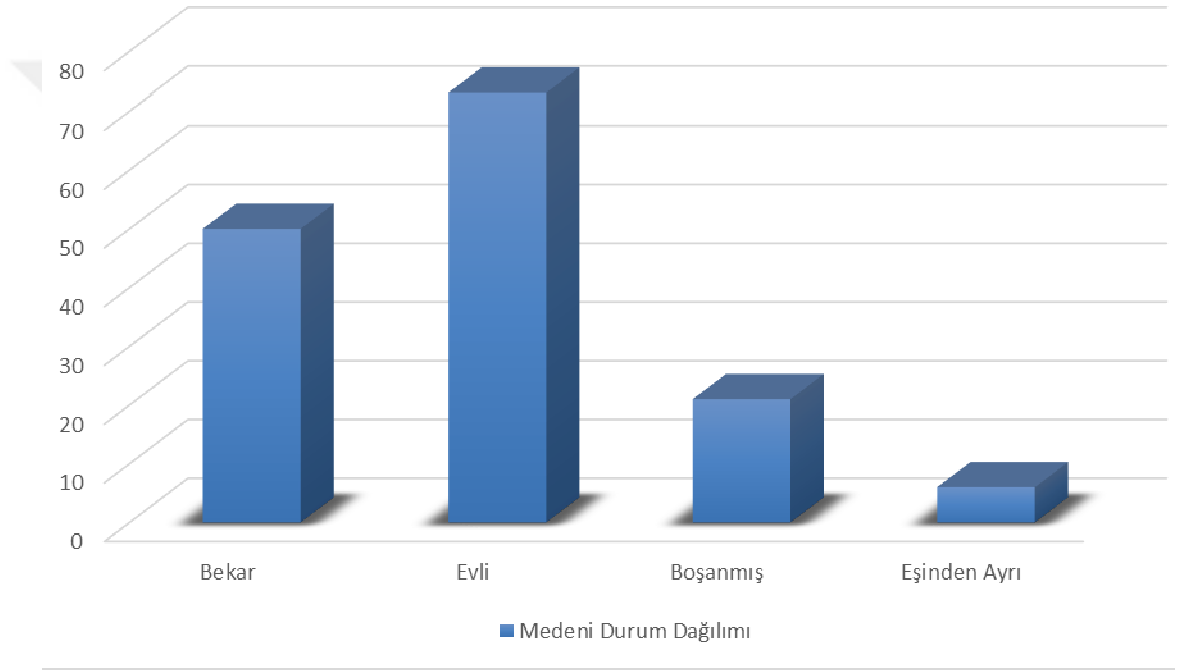
**Tablo 8: Medeni Durum Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Bekar	50	33,3	33,3
Evli	73	48,7	82,0
Boşanmış	21	14,0	96,0
Eşinden Ayrı	6	4,0	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin medeni durumlarına göre frekans dağılımı 8' de verilmiştir. Araştırmadaki kadın girişimcilerin %33,3'ü bekar kadın girişimci iken, %48,7'si evli kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Medeni duruma göre frekans tablo 3.2'de aynı şekilde bakıldığında kadın girişimcilerin %14'ü resmi olarak boşanmış, %4'ü ise resmiyette ayrı olmasa da şuan eşinden ayrı yaşamak zorunda kalan kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Bu yüzdeler çerçevesinde hiç evlenmemiş bekar kadın girişimci

sayısı 50, resmi olarak evli olan kadın girişimci sayısı 73, resmiyette boşanmış olan kadın girişimci sayısı 21 ve resmiyette ayrı olmasa da şuan eşinden ayrı yaşan veya farklı bir sebepten dolayı şuan eşinden ayrı yaşamak zorunda kalan girişimci sayısı ise 6 kişi ile sınırlı kalmıştır. Bu durumda kadın girişimcilerin buldukları medeni durum frekans dağılımına göre araştırmaya katılanların küçük bir kısmının resmiyette ayrı olmasa da şuan eşinden ayrı yaşayan veya farklı bir sebepten dolayı eşinden ayrı yaşamak zorunda kalan kadın girişimcilerden oluştuğu görülmektedir.

**Grafik 2: Medeni Durum Dağılımı**

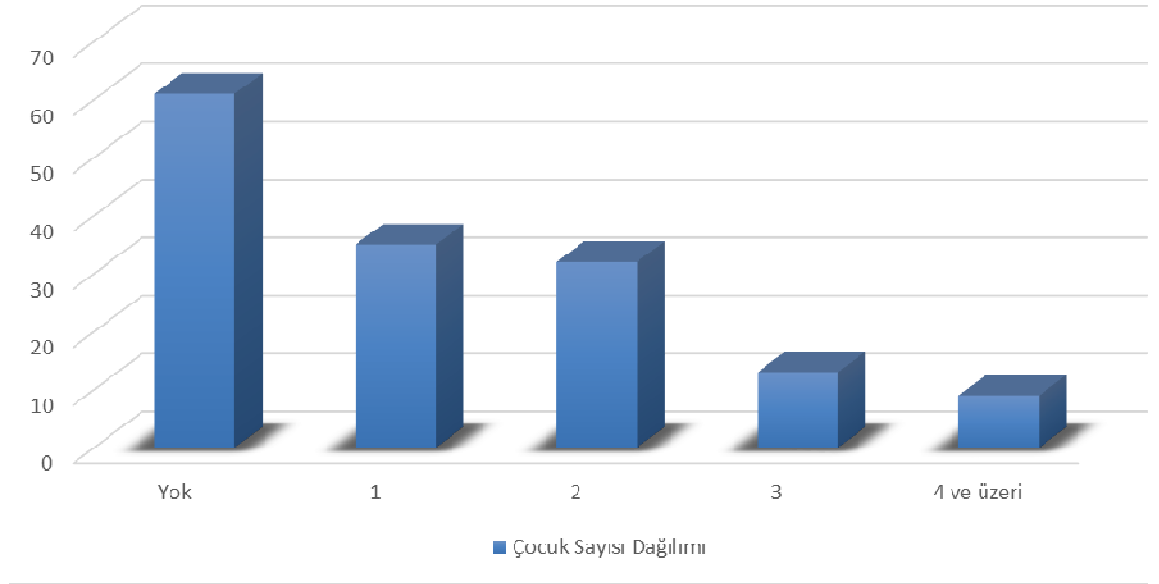


**Tablo 9: Çocuk Sayısı Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Yok	61	40,7	40,7
1	35	23,3	64,0
2	32	21,3	85,3
3	13	8,7	94,0
4 Ve Üzeri	9	6,0	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısına göre frekans dağılımı tablo 9’ da verilmiştir. Araştırmadaki kadın girişimcilerin %40,7’si çocuk sahibi değil iken, %23,3’ü sadece 1 tane çocuğa sahip kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Sahip olunan çocuk sayısına göre frekans tablosun aynı şekilde bakıldığında kadın girişimcilerin %21,3’ü 2 çocuğa, %8,7’si 3 çocuk sahibi, %6’sı ise 3 çocuktan daha fazla çocuğa sahip olan kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Bu yüzdeler çerçevesinde çocuk sahibi olmayan kadın girişimci sayısı 61, 1 çocuk sahibi olan kadın girişimci sayısı 35, 2 çocuk sahibi olan kadın girişimci sayısı 32, 3 çocuk sahibi olan kadın girişimci sayısı 13 ve 3 çocuktan daha fazla çocuğa sahip olan kadın girişimci sayısı ise 9 kişi ile sınırlı kalmıştır. Bu durumda kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısı frekans dağılımına göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük bir bölümü en fazla bir çocuğa sahip girişimcilerden oluşmaktadır.

**Grafik 3: Çocuk Sayısı Dağılımı**

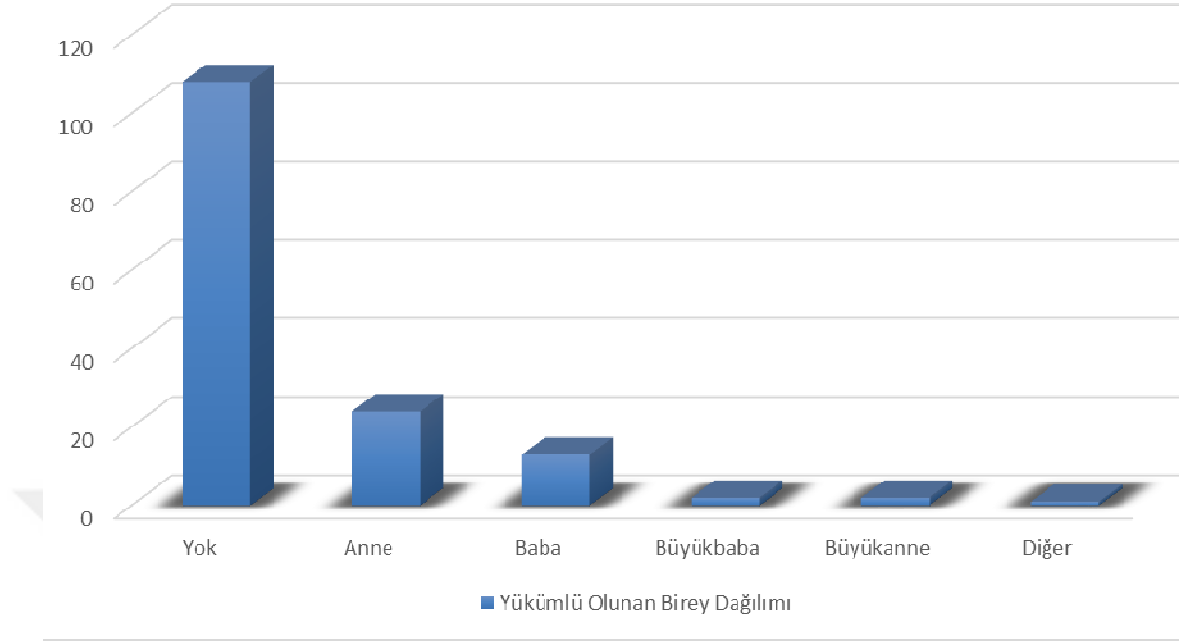


**Tablo 10: Yüklü Olunan Birey Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Yok	108	72,0	72,0
Anne	24	16,0	88,0
Baba	13	8,7	96,7
Büyükbaba	2	1,3	98,0
Büyükanne	2	1,3	99,3
Diğer	1	,7	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü oldukları birey frekans dağılımı tablo 10’ da verilmiştir. Araştırmadaki kadın girişimcilerin %72’sinin bakmakla yükümlü olduğu birey bulunmazken, %16’sı annesine bakmakla yükümlü kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Bakmakla yükümlü olunan birey frekans tablosuna aynı şekilde bakıldığında kadın girişimcilerin %8,7’si babasına bakmakla yükümlü, %1,3’ü büyükbabasına bakmakla yükümlü, %1,3’ü büyükannesine bakmakla yükümlü ve %0,7’si bu değişkenler dışın da farklı bir kişiye bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Bu yüzdeler çerçevesinde herhangi bir kişiye bakmakla yükümlü olmayan kadın girişimci sayısı 108, annesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimci sayısı 24, babasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimci sayısı 13, büyükbabasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimci sayısı 2, büyükannesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimci sayısı 2 ve bu değişkenler dışında farklı bir kişiye bakmakla yükümlü olan kadın girişimci sayısı ise 1 kişi ile sınırlı kalmıştır. Bu durumda kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü oldukları kişi frekans dağılımına göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük bir bölümünün bakmakla yükümlü olduğu herhangi bir kişinin bulunmadığı söylenebilir.

**Grafik 4: Yüklümlü Olunan Birey Dağılımı**



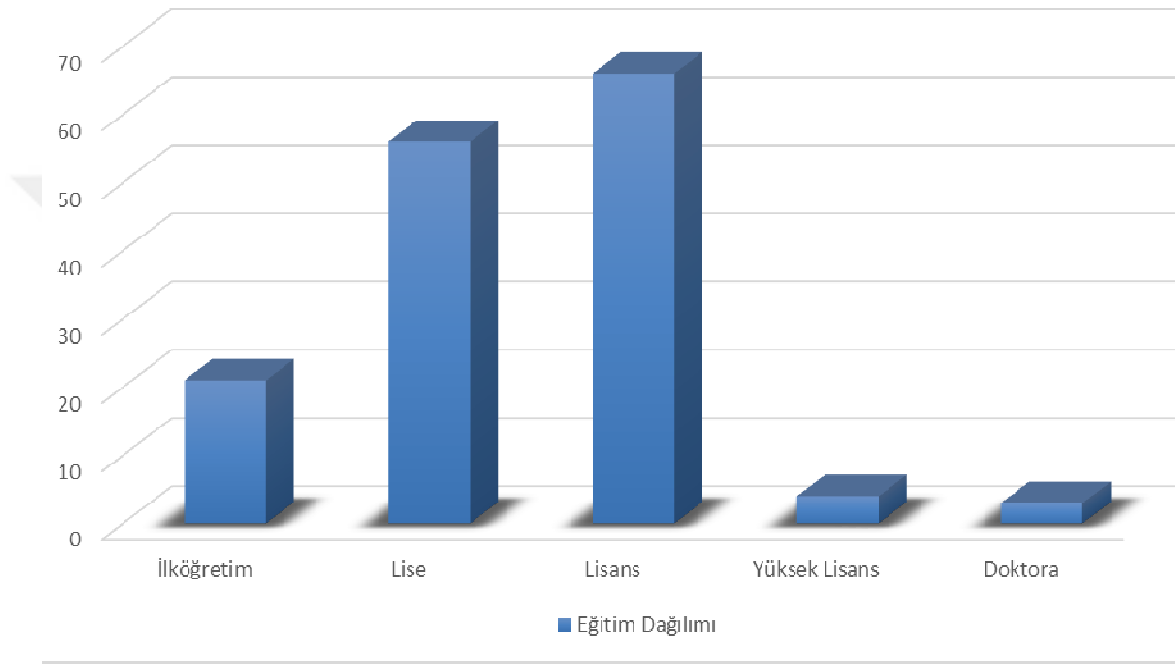
**Tablo 11: Eğitim Durumu Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
İlköğretim	21	14,0	14,0
Lise	56	37,3	51,3
Lisans	66	44,0	95,3
Yüksek Lisans	4	2,7	98,0
Doktora	3	2,0	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eğitim durumlarına göre frekans dağılımı tablo 11’ de verilmiştir. Araştırmadaki kadın girişimcilerin %14’ü ilköğretim mezunu iken, %37,3’ü lise mezunu kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Eğitim durumuna göre frekans tablosuna aynı şekilde bakıldığında kadın girişimcilerin %44’ü lisans mezunu, %2,7’si yüksek lisans mezunu ve %2’si doktora mezunu olan kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Bu yüzdeler çerçevesinde ilköğretim mezunu olan kadın girişimci sayısı 21, lise mezunu olan kadın girişimci sayısı 56, lisans mezunu olan kadın girişimci sayısı 66, yüksek lisans mezunu olan kadın girişimci sayısı 4 ve doktora

mezunu olan kadın girişimci sayısı ise 3 kişi ile sınırlı kalmıştır. Bu durumda kadın girişimcilerin eğitim durumları frekans dağılımına göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük bir bölümünün lisans mezunu olduğu söylenebilmektedir. Bu duruma göre araştırmamıza katılan kadın girişimcilerin büyük bir kısmı yüksek eğitim seviyesindedir denilebilir.

**Grafik 5: Eğitim Dağılımı**

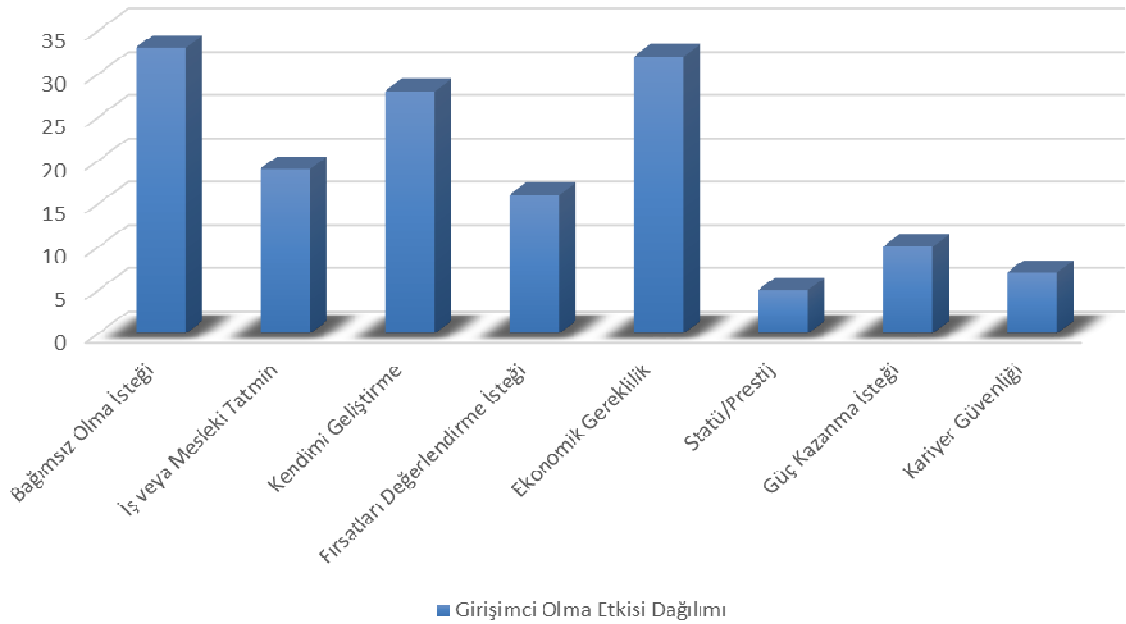


**Tablo 12: Girişimci Olma Etkisi Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Bağımsız Olma İsteği	33	22,0	22,0
İş Veya Mesleki Tatmin	19	12,7	34,7
Kendimi Geliştirme	28	18,7	53,3
Fırsatları Değerlendirme İsteği	16	10,7	64,0
Ekonomik Gereklilik	32	21,3	85,3
Statü/Prestij	5	3,3	88,7
Güç Kazanma İsteği	10	6,7	95,3
Kariyer Güvenliği	7	4,7	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimci olma etkisi frekans dağılımı tablo 12’ de verilmiştir. Araştırmadaki kadın girişimcilerin %22’sinin girişimci olmaktan en çok etkili olan durumun bağımsız olma isteğinden kaynaklı iken, %12,7’si iş veya mesleki tatminin girişimci olmasın da etkisi bulunmaktadır. Girişimci olma etkisi frekans tablosuna aynı şekilde bakıldığında kadın girişimcilerin %18,7’si kendini geliştirmek için, %10,7’si fırsatları değerlendirme isteğinden dolayı, %21,3’ü ekonomik gerekliliklerden dolayı, %3,3’ü statüsünden veya prestijli olmasından dolayı, %6,7’si güç kazanma isteğinden dolayı ve %4,7’si ise kariyer güvenliğinden kaynaklı girişimci olmasında etkisi olmuştur. Bu yüzdelik değerler çerçevesinde girişimciliğe olan etki sebebi bağımsız olma isteğinden kaynaklı olan kadın girişimci sayısı 33, girişimciliğe olan etkisi iş veya mesleki tatminden kaynaklı olan kadın girişimci sayısı 19, girişimciliğe olan etkisi kendini geliştirme kaynaklı olan kadın girişimci sayısı 28, girişimciliğe olan etkisi fırsatları değerlendirme isteğinden kaynaklı olan kadın girişimci sayısı 16, girişimciliğe olan etkisi ekonomik gereklilikten kaynaklı olan kadın girişimci sayısı 32, girişimciliğe olan etkisi statüsünde veya prestijli olmasından kaynaklı olan kadın girişimci sayısı 5, girişimciliğe olan etkisi güç kazanma isteğinden kaynaklı olan kadın girişimci sayısı 10 ve girişimciliğe olan etkisi kariyer güvenliğinden kaynaklı olan kadın girişimci sayısı ise 7 kişidir.

**Grafik 6: Girişimci Olma Etkisi Dağılımı**



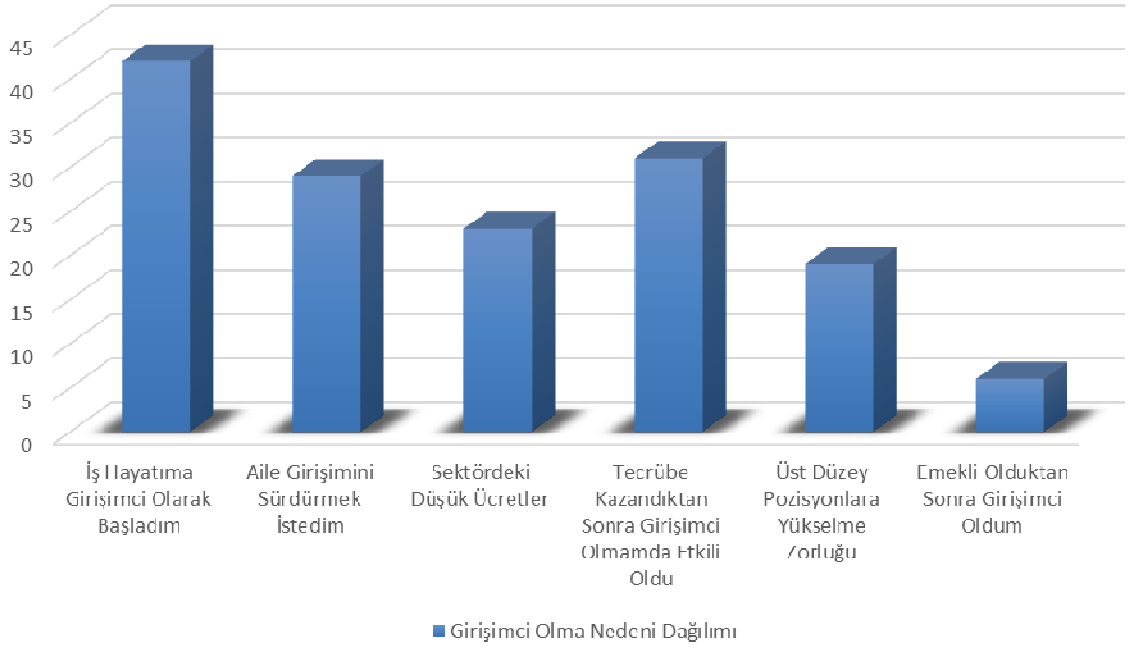


**Tablo 13: Girişimci Olma Nedeni Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
İş Hayatıma Girişimci Olarak Başladım	42	28,0	28,0
Aile girişimini sürdürmek istedim	29	19,3	47,3
Sektördeki düşük ücretler	23	15,3	62,7
Tecrübe kazandıktan sonra girişimci olmamda etkili oldu	31	20,7	83,3
Üst düzey pozisyonlara yükselme zorluğu	19	12,7	96,0
Emekli olduktan sonra girişimci oldum	6	4,0	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri frekans dağılımı tablo 13’ de verilmiştir. Araştırmadaki kadın girişimcilerin %28’i iş hayatlarına girişimci olarak başlayanlardan oluşurken, %19,3’ü girişimci olma nedeni olarak ailesinin girişimciliğini sürdürmek kaynaklı olduğunu beyan etmiştir. Girişimci olma nedeni frekans tablosuna aynı şekilde bakıldığında kadın girişimcilerin %15,3’ü sektördeki düşük ücretleri neden gösterirken, %20,7’si tecrübe kazanmasını neden göstermiş, %12,7’si üst düzey pozisyonlara yükselme zorluğunu neden göstermiş ve %4’ü ise emekliliklerinden dolayı girişimci olduklarının neden göstermiştir. Bu yüzdeler çerçevesinde iş hayatına girişimci olarak başlayan kadın girişimci sayısı 42, aile girişimini sürdürmeyi neden gösteren kadın girişimci sayısı 29, sektördeki düşük ücretlerden dolayı girişimci olmayı tercih eden kadın girişimci sayısı 23, tecrübe kazandıktan sonra girişimci olmayı tercih eden kadın girişimci sayısı 31, üst düzey pozisyonlara yükselmenin zorluğunu neden olarak gösteren kadın girişimci sayısı 19 ve emeklilikten sonra girişimciliğe atılan kadın girişimci sayısı ise 6 kişi ile sınırlı kalmıştır. Bu durum da kadın girişimcilerin belli bir çoğunluğunun iş hayatına ilk girişimcilikle başladığı söylenebilir.

**Grafik 7: Girişimci Olma Nedeni Dağılımı**



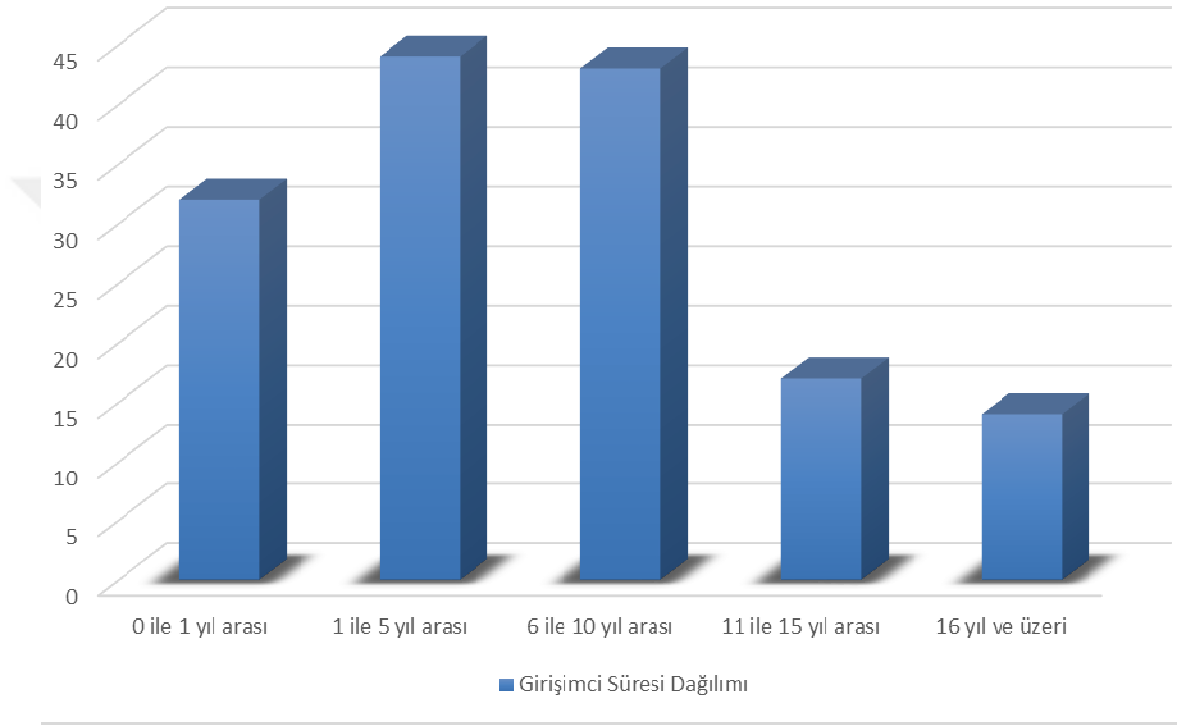
**Tablo 14: Girişimci Olma Süresi Demografik Tablo**

	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
0 ile 1 Yıl Arası	32	21,3	21,3
1 ile 5 Yıl Arası	44	29,3	50,7
6 ile 10 Yıl Arası	43	28,7	79,3
11 ile 15 Yıl Arası	17	11,3	90,7
16 Yıl Ve Üzeri	14	9,3	100,0
Toplam	150	100,0	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin, girişimcilikte geçirdikleri yıla göre frekans dağılımı tablo 14’ de verilmiştir. Araştırmadaki kadın girişimcilerin %21,3’ü 0 ile 1 yıl arasında sektörde iken, %29,3’ü 1 ile 5 yıl arasında sektör de bulunanlardan oluşmaktadır. Geçirilen süre frekans tablosuna aynı şekilde bakıldığında kadın girişimcilerin %28,7’si 6 ile 10 yıl arasında, %11,3’ü 11 ile 15 yıl arasında ve %9,3’ü ise 16 yıl ve daha uzun süredir sektör de bulunan kadın girişimcilerden oluşmakta olduğu görülmektedir. Bu yüzdeler çerçevesinde 0 ile 1 yıl arasında sektör de bulunan kadın girişimci sayısı 32, 1 ile 5 yıl arasında sektör de bulunan kadın girişimci

sayısı 44, 6 ile 10 yıl arasında sektör de bulunan kadın girişimci sayısı 43, 11 ile 16 yıl arasında sektör de bulunan kadın girişimci sayısı ise 17 ve 16 yıl v daha uzun süredir sektör de bulunan kadın girişimci sayısı ise 7 ile sınırlı kalmıştır. Bu durumda kadın girişimcilerin sektör de geçirdikleri yıl dağılımına göre araştırmaya katılanların küçük bir kısmın uzun sürelerdir sektör de bulunan kadın girişimcilerden oluştuğu söylenebilir.

**Grafik 8: Girişimci Süresi Dağılımı**



### **Güvenilirlik Testi;**

$0.00 \leq \alpha < 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir,

$0.40 \leq \alpha < 0.60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşük,

$0.60 \leq \alpha < 0.80$  ise ölçek oldukça güvenilir ve

$0.80 \leq \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir (Akgül & Çevik, 2003; 435-436).

**Tablo 15: İş-Aile Yaşam İlişkisi Güvenilirlik Testi**

	<b>Düzeltilen Madde Toplam Korelasyon</b>	<b>Madde Silinirse <math>\alpha</math></b>	<b>Tüm Maddeler Dahil iken <math>\alpha</math></b>
İş-Aile1	,322	,843	
İş-Aile2	,458	,834	
İş-Aile3	,580	,826	
İş-Aile4	,381	,838	
İş-Aile5	,445	,834	
İş-Aile6	,505	,831	
İş-Aile7	,540	,829	
İş-Aile8	,574	,827	
İş-Aile9	,543	,828	
İş-Aile10	,539	,829	
İş-Aile11	,450	,834	
İş-Aile12	,591	,825	
İş-Aile13	,356	,840	
İş-Aile14	,461	,833	

Tablo 15’ de yer alan tablodaki güvenilirlik testi sonucuna baktığımızda iş-aile yaşamı ilişkisi ölçeğinde yer alan 14 maddenin madde toplam korelasyon değerleri 0,322-0,580 arasında değişmekte olup madde toplam korelasyonu 0,250’in altında değer alan madde gözlenmemiş ve silindiğinde ölçeğin güvenilirliğini önemli derecede yükseltecek madde tespit edilmemiştir. Bu 14 madde üzerinden elde edilen iş-aile yaşamı ilişkisi ölçeğinin bu çalışma için güvenilirliği 0,842 olarak elde edilmiş ve ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu saptanmıştır.

**Tablo 16: Aile Yaşamı Tatmini Güvenilirlik Testi**

	<b>Düzeltilen Madde Toplam Korelasyon</b>	<b>Madde Silinirse <math>\alpha</math></b>	<b>Tüm Maddeler Dahil iken <math>\alpha</math></b>
Tatmin1	,466	,886	
Tatmin2	,585	,873	
Tatmin3	,734	,860	
Tatmin4	,716	,861	
Tatmin5	,706	,861	
Tatmin6	,770	,854	
Tatmin7	,620	,871	
Tatmin8	,649	,866	
			,881

Tablo 16’ da yer alan tablodaki güvenilirlik testi sonucuna baktığımızda aile yaşamı tatmini ölçeğinde yer alan 8 maddenin madde toplam korelasyon değerleri 0,466-0,770 arasında değişmekte olup madde toplam korelasyonu 0,250’in altında değer alan madde gözlenmemiş ve silindiğinde ölçeğin güvenilirliğini önemli derecede yükseltecek madde tespit edilmemiştir. Bu 8 madde üzerinden elde edilen aile yaşamı tatmini ölçeğinin bu çalışma için güvenilirliği 0,881 olarak elde edilmiş ve ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu saptanmıştır.

**Tablo 17: His Güvenilirlik Testi**

	<b>Düzeltilen Madde Toplam Korelasyon</b>	<b>Madde Silinirse <math>\alpha</math></b>	<b>Tüm Maddeler Dahil iken <math>\alpha</math></b>
His1	,523	,901	
His2	,730	,887	
His3	,738	,886	
His4	,808	,880	
His5	,627	,894	
His6	,610	,895	
His7	,631	,894	
His8	,679	,890	
His9	,709	,888	
			,902

Tablo 17’ de yer alan tablodaki güvenilirlik testi sonucuna baktığımızda kişilerin hissettikleri durum ölçeğinde yer alan 9 maddenin madde toplam korelasyon değerleri 0,523-0,808 arasında değişmekte olup madde toplam korelasyonu 0,250’in altında değer alan madde gözlenmemiş ve silindiğinde ölçeğin güvenilirliğini önemli derecede yükseltecek madde tespit edilmemiştir. Bu 9 madde üzerinden elde edilen kişilerin hissettikleri durum ölçeğinin bu çalışma için güvenilirliği 0,902 olarak elde edilmiş ve ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu saptanmıştır.

### 3.2.2 Faktör Analizi

**Tablo 18: İş-Aile Yaşam İlişkisi Faktör Analizi**

	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %	Faktör Sayısının Geçerliliği KMO	Sig.
İş-Aile1	,639	60,842	,822	,000
İş-Aile2	,757			
İş-Aile3	,576			
İş-Aile4	,700			
İş-Aile5	,516			
İş-Aile6	,591			
İş-Aile7	,498			
İş-Aile8	,620			
İş-Aile9	,428			
İş-Aile10	,683			
İş-Aile11	,666			
İş-Aile12	,509			
İş-Aile13	,762			
İş-Aile14	,574			

Tablo 18’ de KMO ve Brartlett’s testinin değeri 0,822 ve anlamlılık değeri ise 0,00 olarak belirlenmiştir. Bu durum verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir. KMO değeri 0,60’ın üzerinde kabul edilmektedir ( $P>0,05$ ). Faktör analizi sonucu oluşan açıklanan toplam varyans yüzdesi değerlerine bakıldığında, faktörler varyansın %60,842’sini açıklamaktadır.

**Tablo 19: Aile Yaşamı Tatmini Güvenilirlik Testi**

	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %	Faktör Sayısının Geçerliliği KMO	Sig.
Tatmin1	,855	71,318	,831	,000
Tatmin2	,829			
Tatmin3	,696			
Tatmin4	,672			
Tatmin5	,676			
Tatmin6	,724			
Tatmin7	,599			
Tatmin8	,654			

Tablo 19' da KMO ve Brartlett's testinin değeri 0,831 ve anlamlılık değeri ise 0,00 olarak belirlenmiştir. Bu durum verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir. KMO değeri 0,60'ın üzerinde kabul edilmektedir ( $P>0,05$ ). Faktör analizi sonucu oluşan açıklanan toplam varyans yüzdesi değerlerine bakıldığında, faktörler varyansın %71,318'ini açıklamaktadır.

**Tablo 20: His Faktör Analizi**

	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %	Faktör Sayısının Geçerliliği KMO	Sig.
His1	,376	56,590	,897	,000
His2	,644			
His3	,662			
His4	,746			
His5	,504			
His6	,483			
His7	,503			
His8	,566			
His9	,608			

Tablo 20' de KMO ve Brartlett's testinin değeri 0,897 ve anlamlılık değeri ise 0,00 olarak belirlenmiştir. Bu durum verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir. KMO değeri 0,60'ın üzerinde kabul edilmektedir ( $P>0,05$ ). Faktör analizi sonucu oluşan açıklanan toplam varyans yüzdesi değerlerine bakıldığında, faktörler varyansın %56,590'ını açıklamaktadır.

### 3.2.3 Normallik Testi

**Tablo 21: İş-Aile Yaşam İlişkisi Normallik Testi**

Normallik Testi					
Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
İstatistik	Df	Sig.	İstatistik	Df	Sig.
,068	150	,086	,991	150	,443

Ankete katılan kadın girişimcilerin İş-Aile Yaşamı İlişkisine ait sorularının yer aldığı normallik testi ve tanımlayıcı istatistikleri tablo 21’ de gösterilmiştir. Verilerin normalliğinin belirlenebilmesi için tablo 21’ de bulunan tek örneklem Kolmogorov-Smirnov Testine ve Shapiro-Wilk Testlerinden verilerin normal dağılıp dağılmadığını anlamak amacıyla en doğru sonucu Shapiro-Wilk Testine bakılmalıdır.

Shapiro-Wilk sig. değerine bakıldığında anlamlı çıkmadığı (Sig.>0,05) görülmektedir. Normallik testinde sig. değerinin anlamlı çıkmaması istediğimiz bir durumdur. Bu durum İş-Aile Yaşamı ilişkisi verilerin normal dağıldığını göstermektedir.

**Tablo 22: Aile Yaşamı Tatmini Normallik Testi**

Normallik Testi					
Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
İstatistik	Df	Sig.	İstatistik	Df	Sig.
,122	150	,000	,943	150	,000

		İstatistik	Standart Hata
	Ortalama	3,8633	,06100
	Medyan	4,0000	
	Varyans	,558	
	Standart Sapma	,74711	
	Minimum	1,50	
	Maximum	5,00	
	Skewness	-,791	,198
	Kurtosis	-,701	,394



Ankete katılan kadın girişimcilerin Aile Yaşamı Tatminine ait sorularının yer aldığı normallik testi ve tanımlayıcı istatistikleri tablo 22’ de gösterilmiştir. Verilerin normalliğinin belirlenebilmesi için tablo 22’ de bulunan tek örneklem Kolmogorov-Smirnov Testine ve Shapiro-Wilk Testlerinden verilerin normal dağılıp dağılmadığını anlamak amacıyla en doğru sonucu Shapiro-Wilk Testine bakılmalıdır.

Shapiro-Wilk sig. değerimize baktığımız da anlamlı çıktığını (Sig.<0,05) görülmektedir. Normallik testinde sig. değerinin anlamlı çıkması istenmeyen bir durumdur. Bu durum teste tabi tutulan verilerin normal dağılmadığını söylemektedir. Fakat sosyal bilimler spss analizlerinde genellikle değerlerin normal dağılım göstermesi çok nadir rastlanan bir durumdur. Sosyal bilimlerde spss anket soruları likert ölçekli sorular olduğundan dolayı tabloda ki değerlerin normal dağılım gösterip göstermediğini anlamak için ikinci tablo da bulunan Skewness Değeri ve Kurtosis Değerine(basıklık ve çarpıklık kat sayıları) bakılması gerekmektedir.

Çarpıklık ve basıklık katsayısı  $\pm 1,5$ (tabashnik) değerleri arasında olduğunda değerlerin normal kabul edilebilir. Çarpıklık ve basıklık değerlerin hepsinin  $\pm 1,5$  değeri arasında bulunmasından dolayı Aile Yaşamı Tatmini verilerinin normal dağıldığı söylenebilir.

**Tablo 23: His Normallik Testi**

Normallik Testi						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	df	Sig.	İstatistik	Df	Sig.
	,056	150	,200*	,986	150	,140

Ankete katılan kadın girişimcilerin hissettikleri duyguya ait sorularının yer aldığı normallik testi ve tanımlayıcı istatistikleri tablo 23’ de gösterilmiştir. Verilerin normalliğinin belirlenebilmesi için tablo 23’ de bulunan tek örneklem Kolmogorov-Smirnov Testine ve Shapiro-Wilk Testlerinden verilerimizin normal dağılıp dağılmadığını anlamak amacıyla en doğru sonucu Shapiro-Wilk Testine bakılmalıdır.

Shapiro-Wilk sig. değerimize bakıldığında da anlamlı çıkmadığı (Sig.>0,05) görülmektedir. Normallik testinde sig. değerinin anlamlı çıkmaması istenilen bir durumdur. Bu durum kadın girişimcilerin hissettikleri duygu verilerimizin normal dağıldığını göstermektedir.

### 3.2.4 Hipotez Analizleri

#### 3.2.4.1 Yaş Durumuna Göre Anova Testi

**H1a;** Kadın Girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri yaşlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2a;** Kadın Girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3a;** Kadın Girişimcilerin hissettikleri duygular, yaşlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 24: Varyansların Homojenliği Testi**

	<b>Levene Statistic</b>	<b>df1</b>	<b>df2</b>	<b>Sig.</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	,802	4	145	,526
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	1,340	4	145	,258
<b>His</b>	,488	4	145	,745

Tablo 24' e bakıldığında kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile yaşları arasındaki farklılık, kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile yaşları arasındaki farklılık ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile yaşları arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olduğu tablo 24'te görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ( $p=0.526>0,05$ ), kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,258>0,05$ ) ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,745>0,05$ ) olduğundan dolayı

varyansların homojen dağıldığını söyleyebiliriz. Varyansların homojen olmasından sonra farklılık olup, olmadığını anlamak için anova tablosuna bakabiliriz.

**Tablo 25: Yaş Tek Yönlü Anova Testi**

	Yaş	N	$\bar{X}$	SS	F	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	18 ile 25 Yaş Arası	40	3,1679	,76240	,188	,944
	26 ile 35 Yaş Arası	39	3,2564	,57651		
	36 ile 45 Yaş Arası	39	3,2747	,77219		
	46 ile 55 Yaş Arası	25	3,3000	,74716		
	56 ile 65 Yaş Arası	7	3,1735	,71649		
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	18 ile 25 Yaş Arası	40	3,7906	,86482	,250	,909
	26 ile 35 Yaş Arası	39	3,9231	,73818		
	36 ile 45 Yaş Arası	39	3,8365	,65403		
	46 ile 55 Yaş Arası	25	3,9450	,69229		
	56 ile 65 Yaş Arası	7	3,8036	,90960		
<b>His</b>	18 ile 25 Yaş Arası	40	3,0639	,93332	1,511	,202
	26 ile 35 Yaş Arası	39	2,8860	,82815		
	36 ile 45 Yaş Arası	39	2,6439	,89949		
	46 ile 55 Yaş Arası	25	3,0756	,72060		
	56 ile 65 Yaş Arası	7	3,0317	,92899		

Anova değerleri tablo 25’ de görülmektedir. 18 ile 25 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,1679 \pm ,76240$  iken 26 ile 35 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2564 \pm ,57651$ , 36 ile 45 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,2747 \pm ,77219$ , 46 ile 55 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,3000 \pm ,74716$  ve 56 ile 65 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değerleri ise  $3,1735 \pm ,71649$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,944>0,05). Yani, kadın girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her yaş grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin yaşları ile alakalı değildir. **Bu durumda  $H_{1a}$  hipotezi reddedilmiştir.**

Anova değerleri tablo 25' de görülmektedir. 18 ile 25 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,7906\pm,86482$  iken 26 ile 35 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,9231\pm,73818$ , 36 ile 45 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,8365\pm,65403$ , 46 ile 55 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,9450\pm,69229$ , 56 ile 65 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $3,8036\pm,90960$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,909>0,05). Yani, kadın girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları arasında farklılık oluşmamakta ve her yaş grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları, kadın girişimcilerin yaşları ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{2a}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 25' de görülmektedir. 18 ile 25 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $3,0639\pm,93332$  iken 26 ile 35 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $2,8860\pm,82815$ , 36 ile 45 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $2,6439\pm,89949$ , 46 ile 55 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,0756\pm,72060$  ve 56 ile 65 yaş arasında bulunan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $3,0317\pm,92899$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,202>0,05). Yani, kadın girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her yaş grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, kadın girişimcilerin yaşları ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{3a}$  hipotezi reddedilmiştir.***

### **3.2.4.2 Medeni Duruma Göre Anova Testi**

**H1b;** Kadın Girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2b;** Kadın Girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık vardır

**H3b;** Kadın Girişimcilerin hissettikleri duygular, medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 26: Varyansların Homojenliği Testi**

	<b>Levene Statistic</b>	<b>df1</b>	<b>df2</b>	<b>Sig.</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	,446	3	146	,720
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	3,116	3	146	,028
<b>His</b>	1,646	3	146	,181

Tablo 26'ya bakıldığı zaman kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile medeni durumları arasındaki farklılık, kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile medeni durumları arasındaki farklılık ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile medeni durumları arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olmadığı tablo 26' da görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ( $p=0.726>0,05$ ), kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,02<0,05$ ) ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,181>0,05$ ) olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutunu varyanslarının homojen dağılmadığını fakat diğer iki değişkenin varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutunu değişkenlerin varyanslarının homojen dağılmaması anova testine devam edilmesinde engel değildir fakat bu değişken ile ilgi verilecek sonuçların doğruluğu yansıtma oranı daha düşük olacaktır.

**Tablo 27: Medeni Durum Tek Yönlü Anova Testi**

	Medeni Durum	N	$\bar{X}$	SS	F	Sig.
İş-Aile Yaşam İlişkisi	Bekar	50	3,2786	,76405	,369	,776
	Evli	73	3,2632	,66089		
	Boşanmış	21	3,1088	,76719		
	Eşinden Ayrı	6	3,1190	,69791		
Aile Yaşamı Tatmini	Bekar	50	3,7550	,86306	1,887	,134
	Evli	73	3,9058	,68680		
	Boşanmış	21	4,1012	,49311		
	Eşinden Ayrı	6	3,4167	,97361		
His	Bekar	50	3,0756	,87155	,992	,398
	Evli	73	2,8417	,80442		
	Boşanmış	21	2,8148	1,08658		
	Eşinden Ayrı	6	2,6667	,80737		

Anova değerleri tablo 27' de görülmektedir. Medeni durumu bekar olan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2786 \pm ,76405$  iken medeni durumu evli olan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2632 \pm ,66089$ , medeni durumu resmi olarak boşanmış olan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,1088 \pm ,76719$  ve medeni durumu resmiyette ayrı olmasa da şuan eşinden ayrı yaşam veya farklı bir sebepten dolayı şuan eşinden ayrı yaşamak zorunda kalan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $3,1190 \pm ,69791$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,776>0,05). Yani, kadın girişimcilerin medeni durumları ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her medeni durum grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin medeni durum ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{1b}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 27' de görülmektedir. Medeni durumu bekar olan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,7550 \pm ,86306$  iken medeni durumu evli olan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,9058 \pm ,68680$ , medeni durumu resmi olarak boşanmış olan kadın girişimcilerin

ortalama skoru  $4,1012 \pm 0,49311$  ve medeni durumu resmiyette ayrı olmasa da şuan eşinden ayrı yaşan veya farklı bir sebepten dolayı şuan eşinden ayrı yaşamak zorunda kalan kadın girişimcilerin ortalama skoru ise  $3,4167 \pm 0,97361$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.= $0,134 > 0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin medeni durumları ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları arasında farklılık oluşmamakta ve her medeni durum grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini, kadın girişimcilerin medeni durum ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{2b}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 27'de görülmektedir. Medeni durumu bekar olan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular algıları  $3,0756 \pm 0,87155$  iken medeni durumu evli olan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $2,8417 \pm 0,80442$ , medeni durumu resmi olarak boşanmış olan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $2,8148 \pm 1,08658$  ve medeni durumu resmiyette ayrı olmasa da şuan eşinden ayrı yaşan veya farklı bir sebepten dolayı şuan eşinden ayrı yaşamak zorunda kalan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $2,6667 \pm 0,80737$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.= $0,398 > 0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin medeni durumları ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her medeni durum grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygular ile ilgili algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, kadın girişimcilerin medeni durum ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{3b}$  hipotezi reddedilmiştir.***

### 3.2.4.3 Çocuk Sayısına Göre Anova Testi

**H1c;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri sahip oldukları çocuk sayısına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2c;** Kadın girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları sahip oldukları çocuk sayısına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3c;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, sahip oldukları çocuk sayısına göre anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 28: Varyansların Homojenliği Testi**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	,808	4	145	,522
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	2,057	4	145	,090
<b>His</b>	,484	4	145	,748

Tablo 28' e bakıldığı zaman kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile sahip oldukları çocuk sayısı arasındaki farklılık, kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile sahip oldukları çocuk sayısı arasındaki farklılık ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile sahip oldukları çocuk sayısı arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olduğunu tablo 28' de görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ( $p=0.522>0,05$ ), kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,090>0,05$ ) ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,748>0,05$ ) olduğundan dolayı varyansların homojen dağıldığı söylenebilir. Varyansların homojen olmasından sonra farklılık olup, olmadığını anlamak için anova tablosuna bakılabilir.

**Tablo 29: Çocuk Sayısı Tek Yönlü Anova Testi**

	Çocuk Sayısı	N	$\bar{X}$	SS	F	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	Yok	61	3,2190	,73179	,845	,499
	1	35	3,1102	,60096		
	2	32	3,3616	,67931		
	3	13	3,2198	,82708		
	4 ve Üzeri	9	3,5000	,87991		
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	Yok	61	3,8525	,79337	,391	,815
	1	35	3,8286	,89066		
	2	32	3,8086	,56972		
	3	13	3,9615	,70413		
	4 ve Üzeri	9	4,1250	,43750		
<b>His</b>	Yok	61	2,9836	,88630	,389	,816
	1	35	2,8667	,88430		
	2	32	2,7674	,94760		
	3	13	2,9316	,66286		
	4 ve Üzeri	9	3,0370	,78371		



Anova değerleri tablo 29' da görülmektedir. ocuğu olmayan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2190\pm,73179$  iken ocuk sayısı 1 olan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,1102\pm,60096$ , ocuk sayısı 2 olan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,3616\pm,67931$ , ocuk sayısı 3 olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,2198\pm,82708$  ve 4 ocuk ve daha fazlasına sahip olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $3,5000\pm,87991$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,499>0,05). Yani, kadın girişimcilerin sahip oldukları ocuk sayısı ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her sahip olunan ocuk sayısı grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin sahip oldukları ocuk sayısı ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{1c}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 29' da görülmektedir. ocuğu olmayan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,8525\pm,79337$  iken ocuk sayısı 1 olan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,8286\pm,89066$ , ocuk sayısı 2 olan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,8086\pm,56972$ , ocuk sayısı 3 olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,9615\pm,70413$  ve 4 ocuk ve daha fazlasına sahip olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $4,1250\pm,43750$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,815>0,05). Yani, kadın girişimcilerin sahip oldukları ocuk sayısı ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları arasında farklılık oluşmamakta ve her sahip olunan ocuk sayısı grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin boyutu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu, kadın girişimcilerin sahip oldukları ocuk sayısı ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{2c}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 29' da görülmektedir. ocuğu olmayan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $2,9836\pm,88630$  iken ocuk sayısı 1 olan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $2,8667\pm,88430$ , ocuk sayısı 2 olan kadın girişimcilerin ortalama skoru  $2,7674\pm,94760$ , ocuk sayısı 3 olan kadın girişimcilerin ortalama skorları  $2,9316\pm,66286$  ve 4 ocuk ve daha fazlasına sahip olan

kadın girişimcilerin ortalama skoru ise  $3,0370 \pm ,78371$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,816>0,05). Yani, kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısı ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her sahip olunan çocuk sayısı grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygular ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısı ile alakalı değildir. **Bu durumda  $H_{3c}$  hipotezi reddedilmiştir.**

#### 3.2.4.4 Yükümlü Olunan Birey Göre Anova Testi

**H1d;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri yükümlü oldukları bireye göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2d;** Kadın girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları yükümlü oldukları bireye göre anlamlı bir farklılık vardır

**H3d;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, yükümlü oldukları bireye göre anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 30: Varyansların Homojenliği Testi**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	,856 <sup>a</sup>	4	144	,492
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	1,342 <sup>b</sup>	4	144	,257
<b>His</b>	,692 <sup>c</sup>	4	144	,599

Tablo 30' a bakıldığı zaman kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile yükümlü oldukları birey sayısı arasındaki farklılık, kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile yükümlü oldukları birey sayısı arasındaki farklılık ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile yükümlü oldukları birey sayısı arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olduğunu yukarıda görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı

ilişkisi ( $p=0.492>0,05$ ), kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,257>0,05$ ) ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,599>0,05$ ) olduğundan dolayı varyansların homojen dağıldığı söylenebilmektedir. Varyansların homojen olmasından sonra farklılık olup, olmadığını anlamak için anova tablosuna bakılabilir.

**Tablo 31: Yükümlü Olunan Birey Tek Yönlü Anova Testi**

	<b>Yükümlü Olunan Birey</b>	<b>N</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	Yok	108	3,2500	,73420	,686	,635
	Anne	24	3,2143	,64130		
	Baba	13	3,3022	,58040		
	Büyükbaba	2	2,8929	,65660		
	Büyükanne	2	3,5714	1,21218		
	Diğer	1	2,1429	.		
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	Yok	108	3,8495	,74546	1,562	,174
	Anne	24	4,0885	,60172		
	Baba	13	3,5962	,89144		
	Büyükbaba	2	3,1250	1,23744		
	Büyükanne	2	3,8750	,17678		
	Diğer	1	4,8750	.		
<b>His</b>	Yok	108	2,8467	,83821	,947	,452
	Anne	24	3,1620	1,01464		
	Baba	13	2,9915	,86002		
	Büyükbaba	2	3,2778	1,17851		
	Büyükanne	2	2,8889	,47140		
	Diğer	1	1,7778	.		

Anova değerleri tablo 31’ de görülmektedir. Bakmakla yükümlü olduğu herhangi bir kişi bulunmayan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2500\pm,73420$  iken annesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2143\pm,64130$ , babasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,3022\pm,58040$ , büyükbabasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $2,8929\pm,65660$ , büyükannesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,5714\pm,1,21218$  ve farklı bir kişiye bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $2,1429\pm----$

olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,635>0,05). Yani, kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü oldukları birey ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her bakmakla yükümlü olduğu birey grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü olduğu birey ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{1d}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 31' de görülmektedir. Bakmakla yükümlü olduğu herhangi bir kişi bulunmayan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları 3,8495±,74546 iken annesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları 4,0885±,60172, babasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değeri 3,5962±,89144, büyükbabasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri 3,1250±1,23744, büyükannesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri 3,8750±,17678 ve farklı bir kişiye bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise 4,8750±---- olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,174>0,05). Yani, kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü oldukları birey ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları arasında farklılık oluşmamakta ve her bakmakla yükümlü olduğu birey grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin boyutu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu, kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü olduğu birey ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{2d}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 31' de görülmektedir. Bakmakla yükümlü olduğu herhangi bir kişi bulunmayan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları 2,8467±,83821 iken annesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları 3,1620±1,01464, babasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değeri 2,9915±,86002, büyükbabasına bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri 3,2778±1,17851, büyükannesine bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri 2,8889±,47140 ve farklı bir kişiye bakmakla yükümlü olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise 1,7778±---- olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde

istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,452>0,05). Yani, kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü oldukları birey ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her bakmakla yükümlü olduğu birey grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, kadın girişimcilerin bakmakla yükümlü olduğu birey ile alakalı değildir. **Bu durumda  $H_{3d}$  hipotezi reddedilmiştir.**

### 3.2.4.5 Eğitim Durumuna Göre Anova Testi

**H1e;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri almış oldukları eğitime göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2e;** Kadın girişimcilerin Aile Yaşamından tatmin olma boyutları almış oldukları eğitime göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3e;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, almış oldukları eğitime göre anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 32: Varyansların Homojenliği Testi**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	2,690	4	145	,033
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	,837	4	145	,504
<b>His</b>	1,934	4	145	,108

Tablo 32' ye bakıldığı zaman kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile eğitim durumları arasındaki farklılık, kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile eğitim durumları arasındaki farklılık ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile eğitim durumları arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olmadığı yukarıda görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ( $p=0.033<0,05$ ), kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,504>0,05$ ) ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,108>0,05$ ) olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi

varyanslarının homojen dağılmadığını fakat diğer iki değişkenin varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi değişkenlerimizin varyanslarının homojen dağılmaması anova testine devam edilmesine engel değildir fakat bu değişken ile ilgi verilecek sonuçların doğruluğu yansıtma oranı daha düşük olacaktır.

**Tablo 33: Eğitim Durumu Tek Yönlü Anova Testi**

	Eğitim	N	$\bar{X}$	SS	F	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	İlköğretim	21	3,3095	,66790	,908	,461
	Lise	56	3,2372	,83656		
	Lisans	66	3,2727	,61316		
	Yüksek Lisans	4	2,8571	,50843		
	Doktora	3	2,6429	,42857		
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	İlköğretim	21	3,6786	,66329	1,367	,248
	Lise	56	3,8862	,72585		
	Lisans	66	3,9034	,76893		
	Yüksek Lisans	4	3,3750	1,08493		
	Doktora	3	4,5000	,45069		
<b>His</b>	İlköğretim	21	2,9471	,97158	1,455	,219
	Lise	56	3,0675	,89760		
	Lisans	66	2,8232	,82964		
	Yüksek Lisans	4	2,4444	,31427		
	Doktora	3	2,1852	,42066		

Anova değerleri tablo 33' de görülmektedir. İlköğretim mezunu olan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,3095 \pm ,66790$  iken lise mezunu olan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2372 \pm ,83656$ , lisans mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,2727 \pm ,61316$ , yüksek lisans mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $2,8571 \pm ,50843$  ve doktora mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $2,6429 \pm ,42857$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,461>0,05). Yani, kadın girişimcilerin eğitim durumları ile kadın

girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her eğitim durumu grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin eğitim durumu ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{1e}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 33' de gürmektedir. İlköğretim mezunu olan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,6786\pm,66329$  iken lise mezunu olan kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,8862\pm,72585$ , lisans mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,9034\pm,76893$ , yüksek lisans mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,3750\pm,1,08493$  ve doktora mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $4,5000\pm,45069$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $\text{Sig.}=0,248>0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu arasında farklılık oluşmamakta ve her eğitim durumu grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin boyutu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu, kadın girişimcilerin eğitim durumu ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{2e}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 33' de gürmektedir. İlköğretim mezunu olan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $2,9471\pm,97158$  iken lise mezunu olan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $3,0675\pm,89760$ , lisans mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değeri  $2,8232\pm,82964$ , yüksek lisans mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $2,4444\pm,31427$  ve doktora mezunu olan kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $2,1852\pm,42066$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $\text{Sig.}=0,219>0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her eğitim durumu grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, kadın girişimcilerin eğitim durumu ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{3e}$  hipotezi reddedilmiştir.***

### 3.2.4.6 Girişimci Olma Etkisi Göre Anova Testi

**H1f;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri ile girişimci olmaların da etkisi olan büyük sebep arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2f;** Kadın girişimcilerin Aile yaşamından tatmin olma boyutları ile girişimci olmaların da etkisi olan büyük sebep arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H3f;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile girişimci olmaların da etkisi olan büyük sebep arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 34: Varyansların Homojenliği Testi**

	<b>Levene Statistic</b>	<b>df1</b>	<b>df2</b>	<b>Sig.</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	,802	7	142	,587
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	1,812	7	142	,089
<b>His</b>	1,606	7	142	,138

Tablo 34' e bakıldığı zaman kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile girişimci olmalarındaki en büyük etki arasındaki farklılık, kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile girişimci olmalarındaki en büyük etki arasındaki farklılık ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile girişimci olmalarındaki en büyük etki arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olduğunu tablo 34' de görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ( $p=0.587>0,05$ ), kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,089>0,05$ ) ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,138>0,05$ ) olduğundan dolayı varyansların homojen dağıldığını söyleyebiliriz. Varyansların homojen olmasından sonra farklılık olup, olmadığını anlamak için anova tablosuna bakılabilir.



**Tablo 35: Girişimci Olma Etkisi Tek Yönlü Anova Testi**

	<b>Girişimci Olma Etkisi</b>	<b>N</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	Bağımsız Olma İsteği	33	3,2792	,67607	1,092	,371
	İş Veya Mesleki Tatmin	19	3,0376	,55347		
	Kendimi Geliştirme	28	3,0765	,82729		
	Fırsatları Değerlendirme İsteği	16	3,1696	,60490		
	Ekonomik Gerekliklik	32	3,3772	,68542		
	Statü/Prestij	5	3,0857	,93596		
	Güç Kazanma İsteği	10	3,5857	,73448		
	Kariyer Güvenliği	7	3,4286	,81337		
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	Bağımsız Olma İsteği	33	3,8712	,71157	,566	,783
	İş Veya Mesleki Tatmin	19	3,7500	,80147		
	Kendimi Geliştirme	28	4,0848	,57136		
	Fırsatları Değerlendirme İsteği	16	3,7813	,87738		
	Ekonomik Gerekliklik	32	3,8359	,60695		
	Statü/Prestij	5	3,6250	,85239		
	Güç Kazanma İsteği	10	3,7250	1,16040		
	Kariyer Güvenliği	7	3,9286	1,02789		
<b>His</b>	Bağımsız Olma İsteği	33	2,9529	,87314	,446	,872
	İş Veya Mesleki Tatmin	19	2,7836	,81941		
	Kendimi Geliştirme	28	2,8175	,97063		
	Fırsatları Değerlendirme İsteği	16	2,7778	,73591		
	Ekonomik Gerekliklik	32	2,9132	,91395		
	Statü/Prestij	5	3,3333	,99381		
	Güç Kazanma İsteği	10	3,0889	,54383		
	Kariyer Güvenliği	7	3,1270	1,15190		

Anova değerleri tablo 35’de görülmektedir. Bağımsız olma istediğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2792 \pm ,67607$  iken iş veya mesleki tatminden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,0376 \pm ,55347$ , kendini geliştirmesine etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,0765 \pm ,82729$ , fırsatları değerlendirme isteğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,1696 \pm ,60490$ , ekonomik gereklikten dolayı etki ettiğini düşünen

kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,3772 \pm 0,68542$ , statü veya prestij kazanmasına etki edeceğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,0857 \pm 0,93596$ , güç kazanma isteğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,5857 \pm 0,73448$  ve kariyer güvenliğine etki edeceğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $3,4286 \pm 0,81337$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.= $0,371 > 0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin, girişimci olmalarındaki en büyük etki ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her girişimci etkisi grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin, girişimci olmalarında etki olan faktörle alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{1f}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 35' de görülmektedir. Bağımsız olma istediğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,8712 \pm 0,71157$  iken iş veya mesleki tatminden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,7500 \pm 0,80147$ , kendini geliştirmesine etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $4,0848 \pm 0,57136$ , fırsatları değerlendirme isteğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,7813 \pm 0,87738$ , ekonomik gereklilikten dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,8359 \pm 0,60695$ , statü veya prestij kazanmasına etki edeceğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,6250 \pm 0,85239$ , güç kazanma isteğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,7250 \pm 1,16040$  ve kariyer güvenliğine etki edeceğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $3,9286 \pm 1,02789$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.= $0,783 > 0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin, girişimci olmalarındaki en büyük etki ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu arasında farklılık oluşmamakta ve her girişimci etkisi grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmini algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu, kadın girişimcilerin, girişimci olmalarında etki olan faktörle alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{2f}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 35' de görülmektedir. Bağımsız olma istediğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları 2,9529±,87314 iken iş veya mesleki tatminden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları 2,7836±,81941, kendini geliştirmesine etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değeri 2,8175±,97063, fırsatları değerlendirme isteğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri 2,7778±,73591, ekonomik gereklilikten dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri 2,9132±,91395, statü veya prestij kazanmasına etki edeceğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri 3,3333±,99381, güç kazanma isteğinden dolayı etki ettiğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değerleri 3,0889±,54383 ve kariyer güvenliğine etki edeceğini düşünen kadın girişimcilerin ortalama değeri ise 3,1270±1,15190 olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,872>0,05). Yani, kadın girişimcilerin, girişimci olmalarındaki en büyük etki ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygu arasında farklılık oluşmamakta ve her girişimci etkisi grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygu, kadın girişimcilerin, girişimci olmalarında etki olan faktörle alakalı değildir. ***Bu durumda H<sub>3f</sub> hipotezi reddedilmiştir.***

#### **3.2.4.7 Girişimci Olma Nedenine Göre Anova Testi**

**H1g;** Kadın girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri ile girişimci olmalarındaki nedenler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2g;** Kadın girişimcilerin Aile yaşamından tatmin olma boyutları ile girişimci olmalarındaki nedenler arasında anlamlı bir farklılık vardır

**H3g;** Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile girişimci olmalarındaki nedenler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 36: Varyansların Homojenliği Testi**

	<b>Levene Statistic</b>	<b>df1</b>	<b>df2</b>	<b>Sig.</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	1,663	5	144	,147
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	4,086	5	144	,002
<b>His</b>	1,516	5	144	,188

Tablo 36'ya bakılışı zaman kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile girişimci olma nedeni arasındaki farklılık, kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile girişimci olma nedeni arasındaki farklılık ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile girişimci olma nedeni arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olmadığı yukarıda görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ( $p=0.147>0,05$ ), kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,002<0,05$ ) ve kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,188>0,05$ ) olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutunu varyanslarının homojen dağılmadığını fakat diğer iki değişkenin varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutunu değişkenlerimizin varyanslarının homojen dağılmaması anova testine devam edilmesine engel değildir fakat bu değişkenimizle ilgi verilecek sonuçların doğruluğu yansıtma oranı daha düşük olacaktır.

**Tablo 37: Girişimci Olma Nedeni Tek Yönlü Anova Testi**

	<b>Girişimci Olma Nedeni</b>	<b>N</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	İş Hayatıma Girişimci Olarak Başladım	42	3,3333	,77618	,912	,475
	Aile girişimini sürdürmek istedim	29	3,2463	,73157		
	Sektördeki düşük ücretler	23	3,1925	,59623		
	Tecrübe kazandıktan sonra girişimci olmamda etkili oldu	31	3,1613	,66214		
	Üst düzey pozisyonlara yükselme zorluğu	19	3,3684	,78941		
	Emekli olduktan sonra girişimci oldum	6	2,7619	,36046		
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	İş Hayatıma Girişimci Olarak Başladım	42	4,0446	,71292	1,003	,418
	Aile girişimini sürdürmek istedim	29	3,8405	,81483		
	Sektördeki düşük ücretler	23	3,7989	,80811		
	Tecrübe kazandıktan sonra girişimci olmamda etkili oldu	31	3,8347	,44999		
	Üst düzey pozisyonlara yükselme zorluğu	19	3,6053	1,06333		
	Emekli olduktan sonra girişimci oldum	6	3,9167	,17078		
<b>His</b>	İş Hayatıma Girişimci Olarak Başladım	42	2,9921	,98541	,618	,686
	Aile girişimini sürdürmek istedim	29	3,0345	,68178		
	Sektördeki düşük ücretler	23	2,9517	,93673		
	Tecrübe kazandıktan sonra girişimci olmamda etkili oldu	31	2,7921	,74245		
	Üst düzey pozisyonlara yükselme zorluğu	19	2,7953	,96030		
	Emekli olduktan sonra girişimci oldum	6	2,5185	1,02960		

Anova değerleri tablo 37’ de görülmektedir. Kadın girişimci olma nedeni olarak iş hayatına girişimci olarak başladığını beyan eden kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,3333 \pm ,77618$  iken girişimci olma nedeni olarak aile girişimini sürdürmek istediğini beyan eden kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2463 \pm ,73157$ , sektördeki düşük ücretleri neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,1925 \pm ,59623$ , tecrübe kazanmasının girişimci olmasında etkili olduğunu neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,1613 \pm ,66214$ , üst düzey pozisyonlara yükselmenin zorluğunu neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,3684 \pm ,78941$  ve emekli olduktan sonra girişimci olmasını neden

gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $2,7619 \pm 0,36046$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.= $0,475 > 0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her girişimci olma nedeni grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin, girişimci olma nedenleri ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{1g}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 37' de görülmektedir. Girişimci olma nedeni olarak iş hayatına girişimci olarak başladığını beyan eden kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $4,0446 \pm 0,71292$  iken kadın girişimci olma nedeni olarak aile girişimini sürdürmek istediğini beyan eden kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları  $3,8405 \pm 0,81483$ , sektördeki düşük ücretleri neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,7989 \pm 0,80811$ , tecrübe kazanmasının girişimci olmasında etkili olduğunu neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,8347 \pm 0,44999$ , üst düzey pozisyonlara yükselmenin zorluğunu neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,6053 \pm 1,06333$  ve emekli olduktan sonra girişimci olmasını neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri ise  $3,9167 \pm 0,17078$  olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark  $0,05$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.= $0,418 > 0,05$ ). Yani, kadın girişimcilerin, girişimci olma nedenleri ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu arasında farklılık oluşmamakta ve her girişimci olma nedeni grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin boyutu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini, kadın girişimcilerin, girişimci olma nedenleri ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{2g}$  hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 37' de görülmektedir. Girişimci olma nedeni olarak iş hayatına girişimci olarak başladığını beyan eden kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $2,9921 \pm 0,98541$  iken girişimci olma nedeni olarak aile girişimini sürdürmek istediğini beyan eden kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları  $3,0345 \pm 0,68178$ , sektördeki düşük ücretleri neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri  $2,9517 \pm 0,93673$ , tecrübe kazanmasının girişimci olmasında etkili olduğunu neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $2,7921 \pm 0,74245$ , üst

düzyer pozisyonlara yükselmenin zorluğunu neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri 2,7953±,96030 ve emekli olduktan sonra girişimci olmasını neden gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri ise 2,5185±1,02960 olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,606>0,05). Yani, kadın girişimcilerin, girişimci olma nedenleri ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her girişimci olma nedeni grubundan kadın girişimcinin hissettiği duygu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, kadın girişimcilerin, girişimci olma nedenleri ile alakalı değildir. **Bu durumda  $H_{3g}$  hipotezi reddedilmiştir.**

### 3.2.4.8 Girişimcilik Faaliyet Sürelerine Göre Anova Testi

**H1h;** Girişimcilerin İş-Aile yaşamı ilişkileri, girişimcilerin faaliyet sürelerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H2h;** Girişimcilerin Aile yaşamından tatmin olma boyutları, girişimcilerin faaliyet sürelerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

**H3h;** Girişimcilerin hissettikleri duyguları, girişimcilerin faaliyet sürelerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 38: Varyansların Homojenliği Testi**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	2,775	4	145	,029
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	1,094	4	145	,362
<b>His</b>	,697	4	145	,595

Yukarıdaki tablo 38' e bakıldığı zaman girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ile girişimcilik faaliyet süreleri arasındaki farklılık, girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutları ile girişimcilik faaliyet süreleri arasındaki farklılık ve girişimcilerin hissettikleri duygular ile girişimcilik faaliyet süreleri arasındaki farklılık homojenlik testi sonuçları görülmektedir. Bu 3 değişkeninde p değerlerinin 0,05'ten büyük olmadığı

tablo 38’ de görülmektedir. Girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi ( $p=0,029<0,05$ ), girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu ( $p=0,362>0,05$ ) ve girişimcilerin hissettikleri duygular ( $p=0,595>0,05$ ) olduğu görülmektedir. Girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi varyanslarının homojen dağılmadığını fakat diğer iki değişkenin varyanslarının homojen dağıldığı görülmektedir. Girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi değişkenlerin varyanslarının homojen dağılmaması anova testine devam edilmemesine engel değildir fakat bu değişken ile ilgi verilecek sonuçların doğruluğu yansıtma oranı daha düşük olacaktır.

**Tablo 39: Girişimcilik Faaliyet Süreleri Tek Yönlü Anova Testi**

	Girişimci Süresi	N	$\bar{X}$	SS	F	Sig.
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	0 ile 1 Yıl arası	32	3,2321	,81461	,766	,549
	1 ile 5 Yıl arası	44	3,2110	,65028		
	6 ile 10 Yıl arası	43	3,2857	,62035		
	11 ile 15 Yıl arası	17	3,4244	,75190		
	16 Yıl ve Üzeri	14	2,9949	,84630		
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	0 ile 1 Yıl arası	32	3,7852	,88230	,274	,894
	1 ile 5 Yıl arası	44	3,9375	,72311		
	6 ile 10 Yıl arası	43	3,8634	,65738		
	11 ile 15 Yıl arası	17	3,7721	,78839		
	16 Yıl ve Üzeri	14	3,9196	,77616		
<b>His</b>	0 ile 1 Yıl arası	32	3,1528	,81246	1,092	,363
	1 ile 5 Yıl arası	44	2,9116	,95959		
	6 ile 10 Yıl arası	43	2,8114	,79996		
	11 ile 15 Yıl arası	17	2,9085	,82049		
	16 Yıl ve Üzeri	14	2,6429	,95798		

Anova değerleri tablo 39’ da görülmektedir. 0 ile 1 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2321\pm,81461$  iken 1 ile 5 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi faktör algıları  $3,2110\pm,65028$ , 6 ile 10 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri  $3,2857\pm,62035$ , 11 ile 15 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri  $3,4244\pm,75190$  ve 16 yıl ve uzun süredir sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri ise



2,9949±,84630 olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,549>0,05). Yani, kadın girişimcilerin sektör de faaliyet gösterdikleri süre ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkiler arasında farklılık oluşmamakta ve her faaliyet süresi grubundan kadın girişimcinin iş-aile yaşamı ilişki algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, kadın girişimcilerin sektör de faaliyet gösterdikleri süre ile alakalı değildir. ***Bu durumda H<sub>1h</sub> hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 39' da görülmektedir. 0 ile 1 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları 3,7852±,88230 iken 1 ile 5 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu faktör algıları 3,9375±,72311, 6 ile 10 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri 3,8634±,65738, 11 ile 15 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri 3,7721±,78839 ve 16 yıl ve uzun süredir sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri ise 3,9196±,77616 olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,894>0,05). Yani, kadın girişimcilerin sektör de faaliyet gösterdikleri süre ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu arasında farklılık oluşmamakta ve her faaliyet süresi grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin boyutu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini, kadın girişimcilerin sektör de faaliyet gösterdikleri süre ile alakalı değildir. ***Bu durumda H<sub>2h</sub> hipotezi reddedilmiştir.***

Anova değerleri tablo 39' da görülmektedir. 0 ile 1 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları 3,1528±,81246 iken 1 ile 5 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin hissettikleri duygular faktör algıları 2,9116±,95959, 6 ile 10 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri 2,8114±,79996, 11 ile 15 yıl arasında sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değerleri 2,9085±,82049 ve 16 yıl ve uzun süredir sektör de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ortalama değeri ise 2,6429±,95798 olarak elde edilmiştir. Ortalamalar arası gözlenen matematiksel fark 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Sig.=0,363>0,05). Yani, kadın girişimcilerin sektör de faaliyet gösterdikleri süre ile kadın girişimcilerin

hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her faaliyet süresi grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygu algıları orta düzeydedir. Yani kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, kadın girişimcilerin sektör de faaliyet gösterdikleri süre ile alakalı değildir. ***Bu durumda  $H_{3h}$  hipotezi reddedilmiştir.***

### 3.2.5. Korelasyon Analizi

EK BİLGİ;

$0,000 \leq r < 0,250$  ise aralarındaki ilişkinin çok zayıf

$0,260 \leq r < 0,490$  ise aralarındaki ilişkinin zayıf

$0,500 \leq r < 0,690$  ise aralarındaki ilişkinin orta derecede

$0,700 \leq r < 0,890$  ise aralarındaki ilişkinin yüksek

$0,900 \leq r < 1,000$  ise aralarındaki ilişkinin çok yüksek olduğunu gösterir (Akgül & Çevik, 2003; 435-436).

**H4;** Kadın girişimcilerin iş-aile yaşam ilişkisi ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5;** Kadın girişimcilerin iş-aile yaşam ilişkisi ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H6;** Kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini ile girişimcilerin hissettikleri duygular arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 40: Korelasyon Analizi**

		<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	<b>His</b>
<b>İş-Aile Yaşam İlişkisi</b>	Pearson Korelasyon	1	-,228**	,298**
	Sig.		,005	,000
	Toplam	150	150	150
<b>Aile Yaşamı Tatmini</b>	Pearson Korelasyon	-,228**	1	-,249**
	Sig.	,005		,002
	Toplam	150	150	150
<b>His</b>	Pearson Korelasyon	,298**	-,249**	1
	Sig.	,000	,002	
	Toplam	150	150	150

Pearson Korelasyon araştırmasının hipotezinin testi için gerekli olan değerler tablo 40' da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi algıları ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu algıları arasındaki ilişkiyi belirten  $r=-0,228$  korelasyon katsayısı  $0,01(**)$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. (Sig.=0,005<0,01). Yani araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi algıları ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu algıları arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. **Bu durumda  $H_4$  hipotezi kabul edilmiştir.**

Pearson Korelasyon araştırmasının hipotezinin testi için gerekli olan değerler tablo 40' da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi algıları ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular algıları arasındaki ilişkiyi belirten  $r=-0,298$  korelasyon katsayısı  $0,01(**)$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. (Sig.=0,000<0,01). Yani araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi algıları ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular algıları arasında pozitif yönlü zayıf derece de bir ilişki olup iş-aile yaşamı ilişki algıları arttıkça kadın girişimcilerin hissettikleri duygular da aynı yönde küçük bir oranla artış sağlayacaktır. **Bu durumda  $H_5$  hipotezi kabul edilmiştir.**

Pearson Korelasyon araştırmasının hipotezinin testi için gerekli olan değerler tablo 40' da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu arasındaki ilişkiyi belirten  $r=-0,249$  korelasyon katsayısı  $0,01(**)$  önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. (Sig.=0,002<0,01). Yani araştırmaya katılan kadın girişimcilerin hissettikleri duygular algıları ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu algıları arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. ***Bu durumda  $H_6$  hipotezi kabul edilmiştir.***

### 3.3 TARTIŞMA

Bu bölümde Kadın Girişimciliğinde Karşılaşılan Engeller konusunda literatürdeki çalışmalar ve bulgular kronolojik sıralamaya göre yer verilecektir.

Çelik ve Özdevecioğlu'nun (2001) Nevşehir'de yaptıkları araştırmada, işletme sahibi olan kadın girişimcilerin, genellikle 26-45 yaş arasında olduğu, eğitim düzeylerinin ağırlıklı olarak lise mezunu, büyük çoğunluğunun evli ve ticaret sektöründe faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte kadın girişimcilerin kendi sermayeleri ile işlerini kurdukları ve ekonomik açıdan ailelerine katkıda bulunmak amacıyla, kadınlık rollerine de sıkı sıkıya bağlı kalmak şartıyla girişimcilik yaptıkları araştırmada elde edilen bir diğer bulgudur. Aynı araştırmada kadın girişimcileri, girişimci olmaya daha çok aileye ek gelir sağlamak, kocanın ölmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir. Aynı araştırmada kadın girişimcilerin genel olarak yaşadıkları sorunlar ise, rol çatışması, güvensizlik, cinsel beklentiler, tecrübe yetersizliği, geleneksel baskı, başarısızlık beklentisi, farklı davranış ve ortak bulmada güçlük çekme olarak sıralanmıştır. Bu çalışmada, kadın girişimcilerin biriktirdikleri sermaye ile girişimde buldukları ve girişimi tetikleyen faktörlerin aileye ekonomik katkıda bulunma isteği ile kendini gerçekleştirme arzusu olduğu sonucuna varılmıştır. **Bu sonuçlar doğrultusunda bu çalışma ile farklılık göstermemektedir.**

Kalaycıoğlu ve Toprak (2004) tarafından yapılan çalışmada, kadınların siyaset, üst yönetim ve iş yaşamına katılımı konusunda 1557 kadın ve 993 erkekle yapılan bir

diğer araştırmada ise; katılımcıların %25'i, kadınların gerek girişimci gerekse üst düzey yönetici olarak iş yaşamında olmalarının önünde bir engel olmadığını, %35'i ise, ev işi ve çocuk bakımı gibi konuların kadınların kariyerinde engel teşkil ettiğini belirtmişlerdir. Bu çalışma; kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi algıları ile aile yaşamı tatmini arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. **Bu sonuçlar çalışmayla örtüşmektedir.**

Yetim (2008) ise Türkiye'de kadın girişimcilerin özelliklerin genel olarak; iş kadınlarının yarısından fazlasının ticaret sektöründe girişimci olduğu, genellikle 30-39 yaş diliminde yer aldığı ve yarısına yakınının eğitim düzeyinin sadece lise eğitimi düzeyinde kaldığı ve genellikle kentli oldukları şeklinde sıralamıştır. Bu çalışma da ise; kadın girişimcilerin genellikle 18-25 yaş aralığında ve eğitim düzeylerinin lisans düzeyine olduğu sonucuna varılmıştır. **Bu sonuç çalışmayla örtüşmemektedir.**

Soysal (2010) tarafından ise “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma” yapılmıştır. Çalışmasında erkek egemen iş yaşamında girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların demografik ve kişisel özelliklerini ve yaşadıkları sorunları belirlemeyi ve bu çerçevede girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak olan kadınların daha az hata yapmalarına katkı sağlayacak önerilerde bulunmayı amaçlamıştır. Yapılan araştırma sonucunda kadın girişimcilerin işletmeyi kurarken en fazla karşılaştıkları sorunlar; toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları, bilgi eksikliği ve finansal düzensizlik sorunu olarak tespit edilmiştir. Yine bu çalışmada kadınların, girişimci olabilme potansiyellerine ancak orta yaş aralığında sahip olabildikleri bulgulanmıştır. Kadın girişimcilerin önemli bir oranının, ilk ve orta öğretim gibi kendi işlerinde profesyonelleşemeyecek kadar düşük eğitim seviyesine sahip oldukları, evli olan kadınların bekâr olan kadınlar kadar iş hayatına girme konusunda oldukça aktif oldukları bulguların arasında yer almaktadır. Bu çalışmada; girişimci olabilme potansiyellerine genç yaş aralığında sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Yine bu çalışmada; kadın girişimcilerin önemli bir oranının, lisans seviyesine sahip oldukları sonucuna varılmıştır. **Bu sonuç çalışmayla örtüşmemektedir.**

Terzioğlu ve Kurt (2015) tarafından yapılan çalışma da, Ardahan'daki kadın işletmecilerin girişimcilik deneyimlerine odaklanarak onların kadın olarak girişimciliğe dair algılarını incelemiş, yaşadıkları sorunları ve karşılaştıkları engelleri analiz etmiştir. Yapılan araştırma sonucunda kadınların yaş ortalamalarının, Türkiye ve dünya genelindeki girişimci kadınların yaş ortalamalarıyla büyük benzerlik taşıdığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan, Türkiye çapında kadınlar arasında ortalama evlilik yaşı göz önünde bulundurulduğunda, görüşmeciler arasındaki bekar kadınların yaş ortalamaların, Türkiye genelinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada; kadın girişimcilerin genç yaşta oldukları belirlenmiştir. **Bu sonuç çalışmayla örtüşmemektedir.**

Aktaş (2015) tarafından yazılan makalede, kadınların yaş ortalamalarının, Türkiye ve dünya genelindeki girişimci kadınların yaş ortalamalarıyla büyük benzerlik taşıdığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan, Türkiye çapında kadınlar arasında ortalama evlilik yaşı göz önünde bulundurulduğunda, görüşmeciler arasındaki bekar kadınların yaş ortalamaların, Türkiye genelinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca makalede iş kurma aşamasında büyük lde sermaye sıkıntısı çektikleri, finans ve pazar bilgilerinin ve tecrübelerinin az olduğu, yer bulmada zorluklar yaşadıkları ele alınmıştır. Bu çalışmada; kadın girişimcilerin iş hayatına girişimci olarak başlamalarından dolayı bilgi ve deneyim eksikliği yaşadıkları sonucuna varılmıştır. **Bu sonuç çalışmayla örtüşmektedir.**

Afşar ve Doğanalp (2016) alışmaların da kadın girişimciliğin toplumda, siyasette, ekonomide ve tarihte karşılaştıkları sorunlar ele almıştır. Eğitimin kadın girişimciliğinde ki önemine vurgu yapılmıştır. Geçmişten günümüze kadın girişimciliği sosyolojik açıdan incelenmiştir. 20. Yüzyılda kadınsızlaştırılan tarihe ve siyasete vurgu yapılması literatüre katkısı bakımından oldukça önemli görülmektedir. Bu çalışmada; kadın girişimci sayısının çoğunluğunun yüksek eğitim seviyesinde olduğu belirlenmiştir. Fakat iş-aile yaşamı ilişkisinin ve aile yaşamı tatminin eğitim seviyesiyle bir anlamlı ilişkisi olmadığı belirlenmiştir. **Bu sonuç çalışmayla örtüşmemektedir.**

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma Konya ilinde faaliyette bulunan kadın girişimciler ile ilgili yapılmış araştırmalara katkıda bulunması için gerçekleştirilmiştir. Çalışma ile Konya ilinde bulunan kadın girişimcilerin başarısını engelleyen iş-aile yaşam çatışması hakkında önemli bilgiler kazanmak hedeflenmiştir. Saptanan destek etkenlerinin geliştirilmesi ve engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik çözüm önerilerinin üretilmesi, ilerleyen yıllarda daha çok kadın girişimcilerin sayısının artmasına, bu sebeple de ülkeye ekonomik olarak kazanımlar sağlanmasına ve işsizlik sayısının azaltılmasına yardımcı olabilecektir.

Araştırmanın vurgulamak istediği konu olan; kadının girişimcilerin iş yaşamı ve aile yaşamı arasında sıkışıp kalmasından dolayı karşı karşıya kaldığı sorunlar ve gerekli düzenlemelerin yapılması ile kadınların iş hayatlarını daha huzurlu şekilde sürdürebilmeleridir. Değişen eğitim, iş, çalışma koşulları ve aile tıpkı tüm Türkiye'deki insanlarda olduğu gibi kadınların da yaşam koşulları etkilemektedir.

Şirket yöneticisi, işletme sahibi serbest meslek ve sanayide çalışan girişimci kadınların genel olarak sayılarının az olmasının altında yatan sebepler ise; girişimci kadınların aile bireyleriyle vakit geçirme ve etkin iletişim kurma konusunda yaşadıkları zorluklardır. Bunun haricinde kadın girişimcilerin, girişimcilik yolunda bir takım sıkıntılara sahip oldukları, toplumun kendilerine vermiş olduğu roller ile kadının girişimciliğinin getirmiş olduğu roller arasındaki çatışma ve sermaye konusundaki sıkıntılar yaşadıkları sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın sonucunda Konya ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin büyük bir kısmı yüksek eğitim seviyesinde olduğu belirlenmiştir. Yine kadın girişimcilerin iş ve aile yaşamı tatmini arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu, iki unsuru dengede tutamadıkları sonucuna varılmıştır. Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin demografik özelliklerinin iş-aile yaşamı, aile yaşamı tatmini ve hissettikleri duygular üzerinde bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, iş-aile yaşam çatışmasının ve bunların alt boyutları olan (aile-iş çatışması ve iş-aile çatışmasının) girişimci kadınlardaki stres düzeyi ve aile yaşamı tatminleri ile ilişkileri şunlardır:

- Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ile iş-aile yaşam ilişkisi, aile yaşam tatmini ve hissettikleri duygular arasında bir ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır. Kadın girişimcilerin demografik özelliklerindeki farklılıkların olması ile iş-aile yaşam ilişkisi, aile yaşamı tatmini ve hissettikleri duygular arasında bir farklılık göstermemektedir.

- Kadın girişimcilerin sektörde faaliyet gösterdikleri süre ile kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişki algıları arasında orta düzeydedir. Kadın girişimcilerin iş-aile yaşamı ilişkisi, sektörde faaliyet gösterdikleri süre ile alakalı değildir.

- Kadın girişimcilerin sektörde faaliyet gösterdikleri süre ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu arasında farklılık oluşmamakta ve her faaliyet süresi grubundan kadın girişimcinin aile yaşamı tatmin boyutu algıları orta düzeydedir. Kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini, sektör de faaliyet gösterdikleri süre ile alakalı değildir.

- Kadın girişimcilerin sektörde faaliyet gösterdikleri süre ile hissettikleri duygular arasında farklılık oluşmamakta ve her faaliyet süresi grubundan kadın girişimcinin hissettikleri duygu algıları orta düzeydedir. Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular, sektörde faaliyet gösterdikleri süre ile alakalı değildir.

- İş aile yaşam ilişkisi algıları ile kadın girişimcilerin hissettikleri duygular arasında pozitif yönlü zayıf derece de bir ilişki olup iş-aile yaşamı ilişki algıları arttıkça kadın girişimcilerin hissettikleri duygular da aynı yönde küçük bir oranla artmaktadır

- Kadın girişimcilerin hissettikleri duygular ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu algıları arasında bir ilişki olmamaktadır. Ailenin iş rolünün yerine getirilmesini engellemesi kadın girişimcilerin hissettikleri duygulara etkisi olmamaktadır.



- İş aile yaşam ilişkisi algıları ile kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmin boyutu algıları arasında bir ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır. İş-aile yaşam çatışması arttıkça kadın girişimcilerin aile yaşamı tatmini artmamaktadır.

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin çoğu uzun vadede ki öncelikleri; büyümek, ürün, hizmet, kalite ve karlılıklarını artırmak olduğu görülmüştür. Ayrıca kadın girişimcilerin hissettikleri duyguların girişimcilik sürelerini etkilemediği görülmektedir.

Anket verilerinden toplanan bilgilere göre kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu girişimci olmadan önce herhangi bir işte çalışmamıştır. Bu bilginin sonucunda araştırmaya katılan kadın girişimcilerin deneyimi kendi işletmelerinde kazandığı görülmektedir.

Kadın girişimciler şirketlerini kurarken karşılaştıkları zorluklardan; bürokratik işlemler, uygun eleman ve materyal temini sorunları son derece önem taşımaktadır. Kadın girişimciler yoğun ve karmaşık bürokratik işlemler konusunda deneyimsiz olması ve bilgi eksikliği bürokratik işlemlerin önemli bir sorun olarak karşılarına çıkmasına neden olmaktadır.

Ayrıca erkek çalışanların iş çevresinde çoğunlukta olmasının da girişimci kadınlar tarafından bir dezavantaja dönüştüğü, kadın girişimcilerin bu alanlarda daha çok kadın çalışan görmeyi istedikleri şeklinde yorumlanmıştır.

Kadın girişimcilerin;

Güçlü yönleri: Fırsatları görebilme, liderlik vasfı, yenilikçi ruh, özgüven sahibi olabilme, başarıya arzusu, risk alabilme ve inanma.

Zayıf yönleri: Anaç duygular barındırma, çalışanlarla iletişim anne-çocuk ilişkisi gibi davranma, duygusallık, bilgi ve tecrübe eksikliği, sabırsız olma.

Fırsatlar: KOSGEB, İŞKUR, Ticaret ve Sanayi Odaları (TSO), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK), Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSSGM), sivil toplum kuruluşları, yerel ve sosyal destek grupları, eğitim, banka kredileri.

Tehditler: Bürokratik engeller, cam tavan engeli, iletişim ve koordinasyon, mali yetersizlik, hammadde temininde karşılaşılan güçlükler, sosyal çevre, kadının aile içindeki rolü.

Araştırmanın sonuçları ışığında ortaya konulan öneriler şu şekildedir:

- Kadının, donanımlı, kendine yetebilen ve özgüven sahibi olarak yetişmesi küçük yaşta ailesi ve çevresinden aldığı eğitimle mümkündür. Bu noktada eğitimcilere ve ailelere de büyük görev düşmektedir. Küçük yaşlardan itibaren girişimcilik vasıflarını kazanabilecekleri tarzda kız çocuklarının yetiştirilmesi ve erkek evlatları ile herhangi bir ayrıma maruz bırakılmamaları oldukça önemlidir. Okulların ders programlarının içerikleri de çocuklara girişimcilik özellikleri kazandıracak şekilde düzenlenmelidir.

- Kadın girişimcilerin faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları zorluklar genel olarak ekonomik ve iş çevresi ile ilgili sorunlar olmakla birlikte, aile ilişkileri ve toplumun geleneksel baskısı da belirtilen zorluklar arasında gösterilmektedir. Bu sebeple kadın girişimci sayısını artırmaya yönelik devlet teşviklerinin artırılması ve pozitif ayrımcılık yapılarak vergi ve SGK yükünün azaltılması gerekmektedir.

- İşletme kurma aşamasında olan kadın girişimcilere devlet ve ilgili kuruluşlar tarafından danışmanlık desteği verilmesinin ve işletme kurma hakkında eğitimlerin düzenlenmesi kadın girişimcilerin bürokratik işlemler hakkında bilgili olmasına ve sorunun ortadan kalkmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Firmanın kuruluşunda ve başarılı bir şekilde yürütülmesinde kalifiye eleman bulma sorunu hayati bir öneme sahip olmaktadır. Bu sebeple meslek liseleri ve üniversiteler de uzmanlık alanlarına göre eleman yetiştirilmesinin teşvik edilmesi gerekmektedir.

- Kadın girişimciliğinin ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasında önemi büyüktür. Bu sebeple kadın girişimciliği arttırmaya yönelik hem ilgili devlet kurumlarına hem de sivil toplum kuruluşlarına büyük sorumluluklar düşmektedir. Ayrıca sürdürülecek çalışmalara yön vermek ve kadın girişimcilerin önünü açmak açısından akademisyenlerin ve üniversitelerin de katkı sağlamaları gerekmektedir. Kadınların kendi yeteneklerini ve potansiyellerini harekete geçirebildikleri bir dünya, hem erkeler hem de kadınlar için çok daha adaletli ve daha özgür olacaktır.

Sonuç olarak kadın girişimciler, çeşitli iş kollarında daha çok rol alarak ve girişimci özelliklerini geliştirerek toplumda bölgesel ekonomik çeşitliliğin giderilmesine katkı sağlayacaklardır. Ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasında kadın girişimciliğinin büyük önemi vardır. Kadın girişimcilerin önündeki engeller kaldırılıp iş hayatlarında çeşitli olanaklar sağlanırsa, gerek kadın girişimciler gerek de yanlarında çalışanlar için iş imkanı sağlanacaktır. İş yaşamı-aile yaşamı dengesini sarsan iş-aile çatışmalarında, hissedilen yaşanan zaman baskısı altında ve yüksek stres düzeylerinde kadına atfedilen toplumsal ve geleneksel olarak belirlenmiş birçok rolün etkisi olduğu unutulmamalıdır. Bu çatışmaların azaltılması için özellikle rollerin paylaşımında aile üyelerinin desteğinin artırılması, toplumsal olarak cinsiyete bağlı roller üzerindeki kalıplaşan ön yargıların değişmesi için gerekli eğitimlerin ve bilgilendirmelerin yapılması, devlet veya özel kuruluş desteği ile kadına atfedilen aşırı rolleri azaltıcı çözüme yönelik stratejiler geliştirebilen örgütlenmelerin artırılması hem sağlıklı bir toplum yaratma açısından hem de ülkemizdeki kadın girişimciliğinin artırılması açısından oldukça büyük önem arz etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abacı, N. İ., Yıldırım, Ç., Demiryürek, K., & Emir, M. (2014). *Samsun İlinde Mikro Kredinin Kullanılmasını Etkileyen Faktörler*. Samsun: XI. Ulusal Tarım Ekonomileri Kongresi.
- Afşar, B. ve Doğanalp, B. (2016). *Kadın Girişimciliği*. Ankara (1. Baskı): Nobel Yayınları.
- Ağca, V., & Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, VIII(2), 161-164.
- Akgül, A., & Çevik, O. (2003). *İstatistik Analiz Teknikleri-SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset.
- Akkaş, H. H. (2009). VI. Uluslararası STK'lar Kongresi Bildirgeler, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Akman, G. N. (2014). Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemleri, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Çay Meslek Yüksekokul, İşletme Yönetimi Programı, Yönetim ve Organizasyon Bölümü. Afyonkarahisar.
- Akmut, Ö., Aktaş, R., Aykaç, B., Doğanay, M. M., Durukan, T., Müftüoğlu, T. M., & Yüksel, O. (2003). *Girişimciler İçin İşletme Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktaş, G. (2015). Kadın Girişimcilerin Sorunları, Kocaeli Örneği. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik*, Ankara.
- Aktaş, H., Kargın, M., & Gökbunar, R. (2018). Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik: Fırsatlar ve Öneriler. Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F.
- Anafarta, N., Sarvan, F., & Yapıcı, N. (2008). Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, 110-136.
- Arat, N. (1993). Türkiye'de Kadın Girişimcilik Türkiye Esnaf - Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü (TES-AR). Ankara: TES-AR Yayınları.
- Arıkan : (2002). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Arıkan: (2004). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular* (Cilt 2). Ankara: Siyasal Kitapevi.

- Aslan, G., Araza, A., & Bulut, Ç. (2012). Sosyal girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(2), 70-71.
- Aşkın, A., Nehir, S., & Vural : Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 69-70.
- Aydın, Ş., Özkul, E., Tandoğan, G. K., & Şahin, N. (2007). Otel İşletmelerinde Kadınların Üst ve Tepe Yönetime Yükseltilmesinde Cam Tavan Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *15. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirisi*, (s. 313-314). Sakarya.
- Aytaç, Ö., & İlhan: (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 100-120.
- Aytaç: (2001). Çift Kariyerli Eşler ve Çalışma Yaşamındaki Yeri. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Baraz, B. (2006, Nisan 14-15). Aile işletmelerinde Kurumsallaşma Ölçütleri, 2. Aile İşletmeleri Kongresi, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, Yayın No:53,. İstanbul.
- Başar, M., Ürper, Y., & Tosunoğlu, B. T. (2013). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Başbakanlık Kadının Statüsü ve Genel Sorunları Müdürlüğü, yy:157.
- Beaver, G. (2002). *Small Business Entrepreneurship and Enter Development*, London: Prentice Hall.
- Bedük, A. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 107-117.
- Bozgeyik, A. (2005). Girişimcilik Ruhunuzu Ateşleyin: Girişimcilere Yol Haritası. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 94-111.
- Cabar, H. (2006). *Türkiye’de Girişimcilik Faktörünün Oluşmasında Etkili Faktörler ve Denizli Örneği*. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kütahya: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Can, Y., & Karataş, A. (2007, Mayıs). “Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği”. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 251-260.
- Cansız, E. (2005). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir

- Çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Isparta.
- Cansız, M. (2013). Türkiye'nin Yenilikçi Girişimcileri-Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği. Kalkınma Bakanlığı.
- CEDEFOP. (1985). Kadınların İş Hayatına Araştırmaları Üzerine Milletlerarası Çalışma, Devlet Bakanlığı Yayınları. Ankara.
- Ceylan, A., & Demircan, N. (2002). Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölge'sindeki KOBİ'lerde Yapılan Bir Araştırma. 21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri. *Doğu Akdeniz Üniversitesi, İşletme Fakültesi*. Düzce.
- Cici, E. N. (2013). Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Entrepreneurship Theory and Practice.
- Cüceloğlu, D. (1994). *İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları* (Cilt 5). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çakıcı, A. (2004). Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine yönelik Bir Araştırma. (1:3).
- Çakıcı, A. (2006). Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(4), 55-78.
- Çelebi, N. (1997). Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler Başbakanlık Kadınların Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Çelebi, N. (1997). Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.. Ankara.
- Çelik, A., & Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Çelik, C. ve M. Özdevecioğlu (2001), "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma", 1. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, 487-498.

- Çevik, E. (2006). *Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, İstanbul.
- Demir, E. (2002). *Kişilik Özelliklerinin Girişimciliğe Etkisik Lisans Tezi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Dhillon, P. (1993). *Women Entrepreneurs: Problems and Prospects*. New.
- Dikbaş, K. (2005). Dünyaya Açılan Türk Girişimciliği. *Çerçeve, Müstakil ve İşadamları Derneği Dergisi*, 13(35), 61-62.
- Dinler, Z. (1998). *İktisada Giriş*. Bursa: Ekin Yayınları.
- Dobrinsky, F. D. (2002). *A Discriminant Analysis of Entrepreneurial Personality Characteristics For Each Of Three Generational Cohorts: The Silent Generation, The Baby Boomers And Generation X*. Pittsburgh: University of Pittsburgh.
- Durmaz, F. (2015). *Girişimcilik Ders Notları*. Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Turgutlu Meslek Yüksekokulu.
- Durukan, T. (2005). *Küreselleşme ve Çokuluslu İşletmecilik*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Ecevit, Y. (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi. *Kadını Girişimciliğe Özendirme Ve Destekleme Paneli*. Ankara.
- Eke, A. E. (1993). *Müteşebbislik*. Ankara: KOSGEB Yayınları.
- Erdoğan, Z. (2008). *Girişimcilik ve KOBİ'ler Teori ve Uygulama (Cilt 2)*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Erdun, Ş. (2011). *Kadın Girişimcilerin Risk Alma Eğilimi ve Kendine Güven Çzellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Zonguldak.
- Esen, A., & Çonkar, K. (1999). Orta Anadolu (Konya, Kayseri, Sivas ve Tokat) Girişimcilerinin Sosyo Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları ve Beklentileri Araştırması (Cilt 18). Konya: Konya Ticaret Odası Yayınları.
- Eyüboğlu, D. (2003). *Girişimciliğin Geliştirilmesi*. Ankara: MPM Yayınları.
- Gatewood, R. D., Taylor, R., & Ferrell, O. C. (2009). *Management, Comprehension, Analysis and Application*, Chicago: Austen Pres, Richard D. Irwin.
- GEM. (2000). *GEM 2000 Executive Report*. USA: Global Entrepreneurship Monitor..

- Girişimcilikte İş Planı (Yapım-Uygulama)*. (2018, 07 01). Mayıs 12, 2015 tarihinde <http://slideplayer.biz.tr/slide/3125173/> adresinden alındı
- Gökakın, Z. Ö. (2000). “*Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’ de Girişimci Kadın Profili*”. Nevşehir: 8. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı.
- Gökçalp, İ. E. (2008). Türkiye’de Kadın Girişimciler ve Kadın Yöneticiler. *Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi*, 14-32. Kırıkkale.
- Gökkaya, V. B., & Kocacık, F. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları. *C.Ü.İ.İ.B.F Dergisi*, 196-210.
- Gönüllü, M., & İçli, G. (2001). Çalışma Yaşamında Kadınlar: Aile ve Ev İlişkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 86.
- Gülçubuk, B., Savcı, İ., Özer, D., & Demiyürek, K. (2011). Türkiye’de Kırsal Alanda Kadının Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Kadınların Bu Konuda Güçlendirilmesine Yönelik Politika Önerilerinin Geliştirilmesi. Ankara: TÜBİTAK.
- Güldal, D. (2006). Kadın Yöneticileri Motive ve Demotive Eden Faktörlerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 10. Adana: Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Gürol, M. A. (2000). Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler Ve Öneriler. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Gürol, M. A. (2006). *Küresel Arena’da Girişim ve Girişimcilik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Gürol, M. A., & Marşap, A. (2007). Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın.
- Hisrich, R. D., & Peter, M. P. (2002). *Entrepreneurship, Fifth Edition*, McGraw-Hill Higher Education. USA.
- Hughes, K. D. (2003). Pushed or Pulled? Women’s Entry Into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and ORGANIZATION*, 10.
- İĞİAD. (2008). *Girişimcilik Raporu*. mart 12, 2017 tarihinde [http://www.igiad.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=97&Itemid=83](http://www.igiad.com/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=83) adresinden alındı
- İlter, B. (2008). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kadıger Örneği*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Afyon.



- İpçioğlu, İ. (2011). Kadın Girişimcilik, Girişimcilik ve Kobiler: Teori ve Uygulama içinde (Ed: B.Zafer ERDOĞAN). Bursa: Ekin Yayınları.
- İraz, R. (2005). Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında GİRİŞİMCİLİK ve KOBİLER. Konya: Çizgi Kitabevi.
- İTO. (2018). *İş Planının Geliştirilmesi*. İstanbul.
- Karabulut, T. (2009). *Girişimcilik ve Sürdürülebilirliği*. İstanbul : Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Karabulut, T. A. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 26(1), 332-355.
- Karateke, G. (2006). *Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul.
- Kaya, U. (2017, Haziran 21). Temmuz 17, 2017 tarihinde Ekonomi hukuk Web Sitesi: <http://ekonomihukuk.com/turkiye-ekonomisi/1930-1938-donemi-planli-devletcilik/> adresinden alındı
- Kımay, H. U. (1994). Küçük Yatırımlara Başlama Rehberi. Ankara : Halk Bankası Yayınları. Ankara.
- Koç, E. S. (2005). Kadın Girişimciler Kavramı ve Serbest Meslek Mensubu Kadın Girişimcilere İlişkin Konya İlinde Uygulamalı Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Konya.
- Koray, M., Demirbilek, S., & Demirbilek, T. (1999). *Gıda İşkolunda Çalışan Kadınların Koşulları ve Geleceği*. Ankara: Başkanlık KSSGM Yayınları.
- Korkmaz: (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), 168.
- Kutunis, R. Ö. (2003). Kutunis, R. Ö. (2003), Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler, 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı. Afyon.
- Kutunis, R. Ö., & Hancı, A. (2004, Kasım). Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi. Eskişehir: Osman Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F.
- Kuvan, H. (2007). *Türk Girişimcilerin Yaşam ve Çalışma Değerleri Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (Cilt 2). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Liman, F. (1993). 'Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve İngiltere'de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi', Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli. *Devlet Bakanlığı Kadın ve Kadın Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi, Yayın no,74*. Ankara.
- Lumpkin, G. T., & Erdoğan, B. (1999). If Not Entrepreneurship, Can Psychological Characteristics Predict Entrepreneurial Orientation? A Pilot Study. *USA Small Business Enterprise (USASBE) Conference*, (s. 3-5). San Francisco.
- Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik* (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Marangoz, M. (2013). *Girişimcilik* (Cilt 2). İstanbul: Beta Basım.
- Morçin: E. (2013). Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*(8 2), 172.
- Müftüoğlu, M. T. (2004). *Girişimcilik*. Eskişehir: Aöf Yayınları.
- Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Basar, M., & Tosunoğlu, T. (2004). *Girişimcilik* (Cilt 1). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Narin, M., Marşap, A., & Gürol, M. A. (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 8.
- Onay, Ü. G. (2013). Kadın Girişimciliğini Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler: Isparta KOSGEB Girişimcilik Destekleri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Isparta.
- Öğüt, A. (Haziran 2006). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin ve Yöneticiliğinin Önündeki Güçlükler: Cam Tavan. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Vol: 1 No: 1*, 7.
- Özdemir, A. (2003). *Girişimcilik*. Ankara: Özkan Matbaacılık.
- Özdemir, Y., & Mazgal: (2012). Bir Kariyer Tercihini Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(1), 93.
- Özden, K., Temurlenk: M., & Başar: (2008). Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine

Bir Araştırma. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi* (s. 229). Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları.

- Özdevecioğlu, M., & Çelik, C. (2001). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma, 1. Orta Anadolu Kongresi., Nevşehir.
- Özdevecioğlu, M., & Çelik, C. (2001). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. *1. Orta Anadolu Kongresi*. Nevşehir.
- Özkan, B. (2011). *Kadın Girişimciler; Girişimciliğin İş Yaşamı-Aile Yaşamı Dengesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Uygulama*. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi İstanbul 2011
- Özkul, G. (2007, Mart 12). Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler. *S.D.Ü.İ.İ.B.F Dergisi*: 343-265.
- Öztürk, D. M. (2016). Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü. İstanbul.
- Öztürk, İ. (2008). *Girişimcilik raporu*. İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Yayınları.
- Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye’de Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and An Overview of Findings. *International Review Of Industrial and Organizational Psychology*, 15, 118-119.
- Reca, Ö. F. (2006). *Bill Gates’in Liderlik Sırları*. İstanbul: Akis Kitap.
- Saemundsson, R. (2003). Entrepreneurship, Technology, and the Growth Process: A study of young, medium-sized technology-based firms, Thesis for The Degree of Doctor of Philosophy, Department of Industrial Dynamics Chalmers University of Technology. Göteborg, Sweden.
- Sakulova, M. (2009). Women’s entrepreneurship: an Investigation of factors Influencing Woman Entrepreneurs. *Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İzmir.
- Salleh, Z. (2007). Goal Orientations And Typology Of Women Entrepreneurs, *Jurnal Kemanusiaan bil*.10.

- Sandıklı, F. (2009). Aktif Yasamda Kadın: Türkiye Örneği.
- Saray, G. (1993, Haziran). Türkiye' de Kadın Girişimciliği. *Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli(118)*. Ankara.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi*, 71-95.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65.
- Şahin, E. (2006). *Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya.
- Şekerler, H. (2006). Kadın girişimciler, karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi. Kütahya.
- Tatlıldil, R., & Candemir, C. (1998). İhracata Yönelik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Pazarlama Eğitiminin Firma Gelişimine Katkısı, İzmir Örneği (Cilt 50). İzmir: İzmir Ticaret Odası Yayını.
- Tekin, M. (1999). *Girişimcilik* (Cilt B2). Konya: Damla Ofset.
- Tekin, M. (2005). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik* (Cilt 4). Konya: Günay ofset.
- Tekin, M., & Zerenler, M. (2005). *Krizi Yönetebilmenin Sırları*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Terzi, E., & Kurt, Ü. (2015). Ardahan'daki Kadın Girişimciler: Sorunlar, Engelle. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 135.
- Titiz, T. (1994). *Girişimcilik*. Ankara: İnkılap Kitabevi.
- TOBB. (1993). 2000'li Yıllara Girerken Türkiye'nin Küçük ve Orta İşletmeler Politikası. Ankara.
- Top: (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.
- TUGİAD. (1993). Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri. İstanbul.
- Tutar, H., & Küçük, O. (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- TÜİK. (2016). *Haber Bülteni*. Ankara.

- TÜSİAD. (1987). Türkiye’de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler. İstanbul: TÜSİAD.
- Ürper, Y., Tosunoğlu, B. T., & Başar, M. (2004). *Girişimcilik*. (Y. Odabaşı, Dü.) Anadolu Üniversitesi Yayını no:1567.
- Wickham, P. A. (2001). *Strategic Entrepreneurship, Second Education*. United Kingdom: Prentice Hall.
- Yeniçeri, Ö., & İnce, M. (2005). *Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Yetim, N. (2008), “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, eab.ege.edu.tr/pdf/2\_2/C2□S2□%20M8.pdf (Erişim: 04.11.2008)
- Yıldırım, H. (2008). *Girişimcilik Ateşi ve İş Melekleri*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Yöndem, Z. D. (2006). *Kişilik Dinamikleri ve Stresle Baş Etme*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Yurdakul: (1994). Çalışan Kadının Korunması (Avrupa Topluluğu ve Türkiye Boyutlarıyla). *Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 57-78*. İstanbul.

### İnternet Kaynakları

- <http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=2867>
- (<https://www.eticaret.com/blog/kadin-girisimcilerin-karsilastiklari-zorluklar/>)
- ([http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/909/Sevtap\\_Keskin\\_Makale.pdf?sequence=1](http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/909/Sevtap_Keskin_Makale.pdf?sequence=1))
- (2018, Mart 12). Haziran 19, 2017 tarihinde KOSGEB Web Sitesi: <http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/GirisimcilikYayinlari/IsPlaniRehberi.pdf> adresinden alındı
- [www.insankaynaklari.com](http://www.insankaynaklari.com). (2018, 10 15). 08 12, 2017 tarihinde [www.insankaynaklari.com: http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=2867](http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=2867) adresinden alındı