



T.C.
TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ANADOLU' DA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ PROFİLİ: İŞ KURMA
SÜREÇLERİ VE SONRASINDA YAŞANAN SORUNLAR: SİVAS
İLİ ÖRNEĞİ**

Hazırlayan

Aslıhan ÇİÇEK

İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Doç. Dr. Yücel EROL

TOKAT-2019

ANADOLU'DA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ PROFİLİ: İŞ KURMA
SÜREÇLERİ VE SONRASINDA YAŞANAN SORUNLAR: SİVAS İLİ
ÖRNEĞİ

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 25 / 07 / 2019

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

Başkan : Prof. Dr. Çetin BEKTAŞ

Üye : Doç. Dr. Mehmet Ali ALAN

Üye : Doç. Dr. Yücel EROL

Üye :

Üye :

İmzası



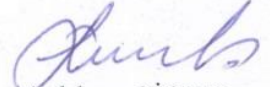
Bu tez, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 03/07/2019 tarih ve 37-15 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Prof. Dr. İlhan EROĞLU
Enstitü Müdürü:Enstitü Müdürü.



ETİK SÖZLEŞME**T.C.****TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ****SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçlara atıf yaptığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.



Aslıhan ÇİÇEK

TEŞEKKÜR

İlk olarak ne zaman arasam değerli vaktini bana ayıran ve bu süreçte desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, sabırla bu tezi bitirmemi bekleyen çok değerli danışman hocam Doç. Dr. Yücel EROL'a, tez çalışmamın analiz kısmına büyük katkısı olan Öğretim Görevlisi Gülay DEMİR'e ve sağladıkları katkılardan dolayı kıymetli hocalarım Prof. Dr. Çetin BEKTAŞ' a ve Doç. Dr. Mehmet Ali ALAN'a teşekkürü bir borç bilirim.

Hayatımın her alanında en büyük destekçim olan, her konuda kendisinin bilgi ve deneyiminden faydalandığım, tezimde en az benim kadar emeği olan, moral ve güç kaynağım, değerli eşim Ali ÇİÇEK'e, hayatıma girdiği andan itibaren her şeyi güzelleştiren, motivasyon kaynağım, oğlum Göktürk ÇİÇEK'e, tüm eğitim hayatım boyunca maddi manevi desteğini esirgemeyen biricik aileme, tezimin en önemli parçası olan girişimci kadınlara, süreci uzatmama rağmen bana olan inançlarını asla kaybetmeyen, tezimin bitmesini benden daha çok isteyen tüm dostlarıma ve tezime bilinçli ya da bilinçsiz katkı sağlayan herkese teşekkür ederim.

Aslıhan ÇİÇEK

ANADOLU’ DA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ PROFİLİ: İŞ KURMA SÜREÇLERİ VE SONRASINDA YAŞANAN SORUNLAR: SİVAS İLİ ÖRNEĞİ

ÖZET

Ekonomik alanda önemli bir istihdam alanı oluşturan girişimciliğin, günümüzde öneminin artmasıyla birlikte kadın girişimciliği konusu da önem teşkil etmeye ve literatürde konuyla ilgili çalışmalar kendine yer bulmaya başlamıştır. Bu çalışmada, öncelikle girişimcilik kavramı incelenmiş, dünyada ve Türkiye’de girişimciliğin gelişimi ile birlikte kadın girişimciliği kavramı, dünyada ve Türkiye’de kadın girişimciliği konuları ele alınmıştır. Bunun yanı sıra feminizm, kadın ve toplumsal cinsiyet eşitliği konularına da değinilmiştir.

Çalışmanın amacı, Sivas ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin iş kurma süreçleri ve sonrasında yaşadıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Buna bağlı olarak çalışmanın uygulama bölümünde Sivas il merkezinde kendi adına işletmesi olan ve bu işletmeyi kendisi işleten 124 girişimci kadına uygulanan anket ile çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre kadın girişimcilerin en fazla ekonomik bağımsızlık kazanmak için girişimci olmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca iş kurma süreçlerinde en fazla kiraların yüksek olmasından dolayı zorluk yaşadıkları ve devletten en fazla teknik destek sağlanmasını bekledikleri tespit edilmiştir. Çalışmanın sonucunda kadın girişimcilerin iş kurma süreçlerinde ve sonrasında yaşadıkları sorunları azaltmaya ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Feminizm, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği.

**THE PROFILE OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN ANATOLIA:
PROBLEMS IN BUSINESS ESTABLISHMENT PROCESSES, AFTER
PROBLEMS: THE EXAMPLE OF SIVAS CITY**

ABSTRACT

As entrepreneurship, which constitutes an important area of employment in the economic field, has become important today, the issue of women's entrepreneurship has started to find its place in the literature. In this study, the concept of entrepreneurship is examined. Later, women's entrepreneurship subjects were examined in the world and in Turkey. Feminism, women and gender equality are also discussed in this thesis study.

The aim of the study is to identify the problems of women entrepreneurs who are active in Sivas after the establishment process and their problems. And to offer solutions to these problems. Therefore, in the implementation part of the study, 124 entrepreneur women who were self-employed in Sivas were surveyed and analyzed.

In this study, it has been determined that women entrepreneurs prefer to be entrepreneurs to gain economic independence. In addition, the high level of rents in the process of business establishment has caused difficulties for women entrepreneurs. Women entrepreneurs want technical support from the state. As a result of the study, suggestions were made to reduce the problems of female entrepreneurs in the beginning of business and in the future.

KeyWords: Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Feminism, Social Gender Equality.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
Etik Sözleşme.....	ii
Teşekkür.....	iii
Özet.....	iv
Abstract.....	v
İçindekiler.....	vi
Tablo Listesi.....	ix
Kısaltmalar.....	xii
GİRİŞ.....	1
1.BÖLÜM: GİRİŞİMCİLİK.....	3
1.1. Girişimcilik Kavramı.....	3
1.2. Girişimciliğin Dünyadaki Gelişimi.....	7
1.3. Girişimciliğin Türkiye’deki Gelişimi.....	9
1.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	17
1.4.1. Ailenin Etkisi.....	17
1.4.2. Eğitimin Etkisi.....	19
1.4.3. Sosyo-Kültürel Çevrenin Etkisi.....	21
2.BÖLÜM: KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ.....	23
2.1.Feminist Bir Bakış Açısıyla Kadın.....	23
2.2. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği.....	27
2.3. Kadın Girişimciliğinin Tanımı Ve Önemi.....	30
2.4. Kadınların Girişimci Olma Nedenleri	33
2.4.1. İten Nedenler	33

2.4.2. Çeken Nedenler	33
2.5. Kadın Girişimciliğinin Gelişimi.....	35
2.5.1. Dünya’ da Kadın Girişimciliğinin Gelişimi	35
2.5.2. Türkiye’ de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi	43
2.6. Türkiye’de Kadın Girişimcilere Verilen Destekler	45
2.6.1. KOSGEB	45
2.6.2. KAGİDER	45
2.6.3. KGF (Kredi Garanti Fonu)	46
2.6.4. Bankalar	46
2.7. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar	48
2.7.1. Eğitim	48
2.7.2. Sosyo-Kültürel Ortam.....	49
2.7.3. Ekonomik Sorunlar	51
2.7.4. Bürokratik Engeller	51
3.BÖLÜM: SİVAS İL MERKEZİNDE FAALİYET GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA	53
3.1. Araştırmanın Amacı.....	53
3.2. Araştırmanın Önemi	53
3.3. Araştırmanın Hipotezleri	54
3.4. Araştırmanın Kısıtları	55
3.5. Araştırmanın Yöntemi.....	55
3.5.1. Anket Sorularının Hazırlanması	55
3.5.2. Evren Ve Örneklem Seçimi	55
3.5.3. Veri Toplama Yöntem Ve Araçları	56
3.6. Verilerin Değerlendirilmesi Ve Analizi	57

3.6.1. Güvenilirlik Analizi	57
3.7. Bulgular.....	59
3.7.1. Örnekleme İlişkin Bulgular	59
3.7.2. Hipotezlerin Test Edilmesi	73
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	89
KAYNAKÇA.....	95
EK.....	104
ÖZGEÇMİŞ.....	108



TABLO LİSTESİ

<u>Tablo No</u>	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1.1: Girişimcilik ve Girişimci Tanımlarının Yıllar İçindeki Gelişimi	8
Tablo 1.2: 1915 Sanayi Sayımı Sonuçları	11
Tablo 1.3: 1927 Sanayi Sayımı Müessese Sayıları	14
Tablo 1.4: KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri	20
Tablo 2.1: İdeolojilerin Toplumsal Cinsiyete İlişkin Bakış Açıları	28
Tablo 2.2: Kadın Girişimci Tipleri	31
Tablo 2.3: GEM 2012 Raporu'na Göre Dünyada Kadın Girişimciliği Oranları	39
Tablo 2.4: GEM 2013 Raporu'na Göre Dünyada Kadın Girişimciliği Oranları	40
Tablo 2.5: GEM 2014 Raporu'na Göre Dünyada Kadın Girişimciliği Oranları	41
Tablo 2.6: Kadınların Eğitim Durumlarına Göre İşgücüne Katılım Oranları	49
Tablo 3.1: Kadın Girişimcilere Uygulanan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri	58
Tablo 3.2: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımları	59
Tablo 3.3: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları	60
Tablo 3.4: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları	60
Tablo 3.5: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayısına Göre Dağılımları	61
Tablo 3.6: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eşlerinin Mesleklerine Göre Dağılımları	62
Tablo 3.7: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Babalarının Mesleklerine Göre Dağılımları	62
Tablo 3.8: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Annelerinin Mesleklerine	

Göre Dağılımları	63
Tablo 3.9: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İş Tecrübelerine Göre Dağılımları	64
Tablo 3.10: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Aylık Gelirlerine Göre Dağılımları	64
Tablo 3.11: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletme Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımları	65
Tablo 3.12: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdikleri Sektöre Göre Dağılımları	65
Tablo 3.13: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Dağılımları	66
Tablo 3.14: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletme Ortaklarına Göre Dağılımları	67
Tablo 3.15: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenlerinin Önem Derecesine Göre Dağılımları	67
Tablo 3.16: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşlerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Önem Derecesine Göre Dağılımları	69
Tablo 3.17: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Girişimcilikle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Önem Derecesine Göre Dağılımları	70
Tablo 3.18: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Devletten Beklentilerinin Önem Derecesine Göre Dağılımları	73
Tablo 3.19: Yaş Değişkeni İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması	74
Tablo 3.20: Girişimci Olma Nedenleri İle Devletten Beklentilerin Karşılaştırılması ..	75
Tablo 3.21: Sahip Olunan Çocuk Sayısı İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması	78

Tablo 3.22: Medeni Durum İle Girişimci Olma Nedenlerinin Karşılaştırılması	79
Tablo 3.23: Eşlerin Meslek Durumu İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması	80
Tablo 3.24: İşletmenin Faaliyet Süresi İle Devletten Beklentilerin Karşılaştırılması ..	81
Tablo 3.25: Babanın Mesleği İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması	82
Tablo 3.26: Annenin Mesleği İle Girişimci Olma Nedenlerinin Karşılaştırılması	82
Tablo 3.27: Girişimci Olma Nedenleri İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması	83
Tablo 3.28: Eğitim Durumları İle Devletten Beklentilerin Karşılaştırılması	87

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AGİK	Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Konferansı
CEDAW	Kadına Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Yok Edilmesi Sözleşmesi (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women)
EBRD	Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (European Bank for Reconstruction and Development)
EFT	Elektronik Fon Transferi
GEM	Küresel Girişimci Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor)
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü (International Labour Organization)
İŞGEM	İş Geliştirme Merkezi
KAGİDER	Kadın Girişimcileri Derneği
KGF	Kredi Garanti Fonu
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü
OECD	Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜGIAD	Türkiye Genç İş Adamları Derneği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği

GİRİŞ

Girişimcilik kavramının sosyal ve ekonomik açıdan oldukça önemli bir kavram olmasına karşın, tıpkı sosyal bilimlerdeki birçok kavram gibi girişimcilik kavramı için de literatürde bir mutabakatın olmadığını söylemek mümkündür. Girişimcilik, istihdam imkânı yaratarak ekonomik gelişme ve büyümeye katkı sağlamaktır. Girişimciliğin tanımı ilk kez 18. yüzyılın başlarında Fransa'da Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre girişimci, henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve bunlardan hareketle katma değer yaratarak üretimde bulunan kişidir (Önce, Marangoz ve Erboy, 2014: 1). Girişimcilik kültürel yapıyla doğrudan ilişkili olduğundan girişimcilik anlayışı da toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Dolayısıyla sonraki yıllarda girişimcilik kavramının farklı tanımları da yapılmıştır. Ancak hemfikir olunan bir nokta vardır ki o da girişimcilikte risk almanın ve yenilik yaratmanın esas olduğudur. Yani girişimciliğin ön koşulu kaybetmeyi ve riski göze alarak söz konusu piyasada yenilik yaratmaktır.

Günümüzde girişimcilik yalnızca erkeklerin değil kadınların da ilgisini çeken bir çalışma alanıdır. Ancak erkek egemen toplumsal yapının hâkim olduğu ülkemizde kadınların girişimci olmaları elbette kolay değildir. Kadınlar, ekonomik bağımsızlık kazanmak ve kendi ayakları üzerinde durmak amacıyla girişimci olma yolunda ilerlerken çeşitli sorunlarla da mücadele etmek zorunda kalmaktadır.

Bu çalışmada Sivas il merkezinde bulunan, kendi hesabına işletmesi bulunan ve işletme faaliyetini kendisi yürüten kadın girişimcilerin iş kurma süreçlerinde ve sonrasında yaşadıkları sorunları tespit etmek amaçlanmıştır. Ayrıca araştırmadan elde edilen verilerle bu sorunlara ilişkin çeşitli çözüm önerileri sunulurken kadın girişimcilere katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde girişimcilik kavramı detaylı olarak incelenmiş ve girişimciliğin farklı tanımlarına yer verilmiştir. Girişimciliğin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimine de değinildikten sonra girişimciliği etkileyen faktörler; ailenin etkisi, eğitimin etkisi ve sosyo-kültürel çevrenin etkisi başlıkları altında incelenmiştir.

İkinci bölümde ise, öncelikle toplumsal cinsiyet eşitliğine değinilmiş, ardından feminizm ve feminist bir bakış açısıyla kadın konusundan bahsedilmiş, kadın

girişimciliği kavramının tanımı ve önemine değinilmiştir. Kadın girişimciliğinin gelişim sürecini incelemek amacıyla dünyada ve Türkiye’de kadın girişimciliği konularına da yer verilmiştir. Yine ikinci bölümde KOSGEB, KAGİDER, Kredi Garanti Fonu (KGF) ve bankaların kadın girişimcilere verdikleri desteklere değinilmiştir. Son olarak bu bölümde eğitim, sosyo-kültürel ortam, ekonomik sorunlar ve bürokratik engeller başlıklarıyla Türkiye’de kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar incelenmiştir.

Kadın girişimciliği konusu detaylı olarak incelendikten sonra üçüncü bölümde, çalışmanın amacı, önemi, kısıtları, yöntemi ve elde edilen bulgular oluşturulan tablolarla anlatılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda kadın girişimcilerin iş kurma sürecinde ve sonrasında karşılaştıkları sorunları tespit etmek amacıyla hazırlanan anketlerden elde edilen verilerle kadın girişimcilerin demografik durumları, iş kurarken en çok hangi sorunlarla karşılaştıkları, girişimcilik faaliyetini yürütürken karşılaştıkları sorunlar tespit edilmiştir.

Çalışmanın sonuç bölümünde ulaşılan verilerin değlendirilmesine yer verilmiş ve bu veriler ışığında girişimci olan ya da girişimci olmak isteyen kadınlara karşılaştıkları / karşılaşabilecekleri sorunların daha kolay üstesinden gelebilmeleri için öneriler sunulmuştur.

1. BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

Çalışmanın bu bölümünde, konuyla ilgili çeşitli çalışmalar yapmış olan araştırmacıların tanımlarına yer verilerek girişimcilik kavramı geniş bir perspektifle incelenmiştir. Her ne kadar girişimciliğin dünyadaki gelişimine ayrıntılı bir şekilde değinilmek istense de konunun çok geniş bir içeriğe sahip olması nedeniyle çalışmanın ana temasından uzaklaşmamak ve çalışmamızın hacmini arttırmamak için daha temel noktalara değinilmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu bölümde girişimciliğin Türkiye'deki gelişimine detaylı olarak değinilmiş, konunun daha iyi anlaşılması açısından girişimciliğin ülkemizde nasıl bir tarihsel süreçten geçerek gelişim gösterdiğinden bahsedilmiş, girişimciliği etkileyen çeşitli faktörlerin olumlu ve olumsuz yönleri de ele alınmıştır.

1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Önemli bir üretim faktörü olan girişimcilik ne yazık ki 20. yüzyıla kadar akademik alanda kendine pek fazla yer bulamamıştır. Ancak günümüze doğru geldikçe girişimcilik alanındaki gelişmeler istihdamı arttırarak ekonomiye katkı sağlamakla birlikte akademik çalışmaların da ilham kaynağı olmuştur.

Girişimcilik, çeşitli boyutları olan ve oldukça geniş kapsamlı bir kavramdır. Dolayısıyla girişimcilik kavramını yalnızca bir tanımla sınırlandırmak mümkün değildir. Girişimcilik, Almanca “unternehmen” ve Fransızca “entrepence” kelimelerinden türemiş ve Türkçede “üstlenmek” kavramıyla kendine karşılık bulmuştur. Girişimciliğin tanımı ilk kez, 18. yüzyılın başlarında Richard Cantillon tarafından yapılmış ve girişimci, “henüz belli olmayan bir bedelle satmak için üretimin girdilerini satın alan ve o girdilerle yeni bir ürün ortaya koyan kişi” (TÜGİAD, 1993: 3) olarak ifade edilmiştir. Literatürde girişimcilik kavramına dair çok fazla tanım bulunmakla birlikte genel anlamda girişimcilik; “bir kişisel değer sistemi ile birlikte iş teknikleri bilgisini kullanma ve iş geliştirmede ihtiyaçları karşılamak ve problemlerin çözümünü sağlamak için yaratıcı ve yenilikçi amaçlara hizmet eden kaynakları toplama yeteneği” (Özgener, 2003: 100) olarak ifade edilmektedir.

Krizner'e (Krizner, 1997: 5-17) göre girişimcilik, "mevcut muhtemel kaynakları göz önünde bulundurarak her an ortaya çıkabilecek fırsatları değerlendirebilmek için tetikte olmaktır."

Diğer bir tanıma göre girişimcilik; "risk ve belirsizlik durumunda, kazanç elde etme ve büyüme amacıyla yaratıcı bir ekonomik organizasyonun meydana getirilmesidir" (Dollinger'dan aktaran Hancı, 2004: 5). Başka bir tanıma göre ise girişimcilik, bir işletme kurarak o işletmenin devamlılığını sağlamaktır. Ekonomik ürün ve hizmet üretmeyi planlamak, bununla ilgili bir örgüt kurmak, bunun sonunda elde edilen maddi kazançla yaşamını idame ettirmektir (Akdemir,1999:20).

Titiz' e göre "halk arasında girişimcilik; işletme kurma, iş, para, sermaye sahibi olmakla eş tutulmakta; bunlara sahip olan atak, enerjik insanlara da girişimci denilmektedir" (Titiz, 1994: 3). Hisrich ve Peters'e göre girişimcilik; ekonomik, psikolojik ve sosyal riskler üstlenmeyi göze alıp zaman ve emek harcayarak yaratıcı bir ürün ortaya koyma sürecidir. Bu süreç sonunda kişisel doyuma ulaşılır. Başka bir ifadeyle yeni ve bilinmeyen bir değer ortaya konulması sürecidir (Hisrich&Peters, 2002: 47).

Girişimcilik, herhangi büyüklükteki bir işletmeyi kurma veya geliştirme sorunuyla ilişkilendirilerek kullanılmaktadır. Daha da ileri gidilerek, girişimcilerin iş fırsatlarını arama yöntemlerinde, işletme veya iş ile ilgili sorunlarla başa çıkmak için kaynakların koordine edilmesinde projeleri başlatan ve onları yaratıcı ve koşullara uyabilecek bir biçimde yöneten kişiler olarak tanımlanmaktadır. Sonuç olarak girişimcilik, kendi dar anlayışı içinde "girişim" ile aynı şeyi ifade edecek şekilde kullanılmaktadır (Erdoğan, 2012: 27).

Girişimcilik tanımları üzerinde durmaya devam edilirse, girişimciliği, inisiyatif kullanma, kaynakları ve durumu elverişli hale getirmek için sosyo-ekonomik mekanizmaları düzenleme ve başarısızlık riskini kabullenme durumlarını içine alan bir davranış şekli olarak değerlendirilebilir. Girişimcilik, bir güç olarak değerlendirilip girişimciliği vizyon, değişim ve yaratıcılıktaki dinamik bir süreç olarak tanımlamak mümkündür. Girişimcilik, yeni fikirler ve yaratıcı çözümlerin üretilmesi ve uygulanmasında enerji ve tutkuya ihtiyaç duymaktadır. Girişimciliği oluşturan

malzemeler hesaplı risk alma istekliliği, etkili bir çalışma takımı oluşturma yeteneği, ihtiyaç duyulan kaynakları bulmada yaratıcı beceri, somut bir iş planı yaratma becerisi, diğerleri tarafından kaos ve düzensizlik olarak tanımlanan ortamları fırsata çevirme vizyonudur. (Güler, 2010:5).

Girişimcilik kavramı doğrudan doğruya kültürel ve sosyal değerlerle ilişki içerisindedir. Bu yüzden ki farklı toplumlarda farklı tanımlamalara gidildiği görülmektedir. Buna rağmen risk ve yenilik girişimcilik konusunda hemen herkesin üzerinde mutabakata vardığı iki önemli unsur olarak vurgulanmaktadır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse girişimci, kaybetme potansiyelini göz önünde bulundurarak (risk alarak) pazarda yenilik yaratmak, büyümeyi ve ilerlemeyi hedefleyen kişidir denilebilir.

Girişimcilik kavramını açıklarken girişimci kavramının da içeriğine değinmek faydalı olacaktır. İnsan yaşamının sürekliliğinin sağlanabilmesi için üretim faaliyetinin devamlı olarak yürütülmesi zorunludur. Bu faaliyetin gerçekleşmesi için üretim faktörleri planlı şekilde bir araya getirilerek; neyin ne kadar üretileceği, bahsi geçen ürünlerin kimlere ve hangi şekilde satılacağı konuları önceden planlanmalıdır. Girişimci kişi; bahsi geçen üretim faaliyetini üstlenir ve mevcut kaynakları kullanarak ortaya yeni ürün çıkaran kişidir. Girişimcinin oldukça güçlü ilişkiler kurar ve etkili iletişimde bulunur. Bu alanda, içinde bulunduğu iletişim ve ilişki ağları ona güç verir. Çünkü bu tür ortamlar paylaşım, işbirliği ve dayanışma imkânları sunar. Bu da çözülemeyen sorunlar ya da aşılamayan engeller için destek sağlar (Ürper, 2015: 6).

Girişimci, pazarda mevcut bulunan fırsatları gözleyen ve saptayan, bu fırsatları ve tüketicide var olan talebi iş fikrine dönüştüren, kaynakları bir araya getirerek işletme kuran kişidir. Projenin finansmanını, üretim ve üretim süreçlerini ve insan kaynaklarını yönetir. Üründe, yönetimde, teknolojiye ve ürünlerin pazarlanmasında sürekli yeniyeye doğru değişime çabasını sürdürmektedir (Dilsiz ve Kölük, 2005:3).

Bir ekonomiste göre girişimci; hammadde, işgücü ve diğer kaynakları başlangıçta olduğundan daha değerli kılmak için bir araya getiren kişidir. Girişimci, aynı zamanda, yeni buluşları, değişiklikleri ve düzenlemeleri başlatır. Bir psikoloğa göre girişimci; sahip olma, bir işi başarma ve deneme veya başkalarının otoritesinden

kaçma isteğinde olan kişidir. Bir iş adamına göre girişimci; saldırgan bir rakip veya tehdit, bir müttefik, bir tedarikçi, bir müşteri ya da yatırım yapılacak ortaktır. Kapitalistlere göre girişimci; başkaları için zenginlik yaratan, kaynakları iyi kullanmanın daha iyi bir yolunu bulan ve verimsizliği azaltan kişidir (Yurtseven, 2007: 60).

Girişimci, risk alan ve sonuçlarına katlanan, mevcut kaynak ve yeteneklerin ötesindeki fırsatları hayal eden, fırsatları arayan ya da fırsatlara hazır bekleyen ve fırsat ele geçirdiğinde gerekli kaynakları bir araya getiren, sorunları yenilikçi özelliği ile fırsata dönüştürebilen kişidir (Alpşahin, 2011: 86).

Girişimci, yeni fikirlerin ortaya atılmasını, bu fikirlerin yayılması ve pratiğe geçilmesini hızlandırır, yeni sanayilerin doğmasını sağlar, teknolojiden aktif olarak faydalanan sektörlerde verimliliğin artmasını sağlayarak ekonomik büyümeye katkı sağlar (Çöğür, 2016: 1).

Girişimci kişileri, girişimci olmayan kişilerden ayıran özellikler arasında bağımsızlıklarına düşkünlük, sürekli başarıma isteği, aldığı riski hesaplayabilme, inisiyatif kullanma, kontrol etme isteği, azimli olma ve kararlı duruş, yaptığı işte para kazanmaya değil başarılı olmaya öncelik veren, dayanıklı ve çalışkan olma, etkileşim konusunda yetenekli sahibi olma gibi özellikler bulunmaktadır (Güney, Yalçın & Çetin, 2007: 74).

Girişimci; “temelde kar elde etmek üzere değişik amaçlarla, gerekli riski göze alarak toprak, emek sermaye gibi üretim faktörlerini bir araya getiren, mal veya hizmet temini için gerekli ortamı hazırlayan kişi olarak tanımlanmaktadır” (Kantar, 1999: 29-42).

Girişimcilik ile alakalı yapılan bu tanımlardan hareketle girişimci kişi için; yenilikçi, çevresiyle olumlu ilişkiler kuran, risk alan, sosyal, bireysel kabiliyetiyle kriz anlarını fırsata dönüştüren, yaratıcı, kendisine iş imkânı yaratan ve başkalarına istihdam sağlayan, yeni çalışma alanları yatan, olumsuz durumları kişisel gayretiyle olumlayabilen kişidir yorumu yapılabilir.

Bu bölümde girişimcilik ve girişimci kavramlarına değinilerek kavramların tanımlarına yer verilmiştir. Yine bu bölümde, bu iki kavramın kökenlerinin nereden geldiği açıklanmıştır. Aynı zamanda girişimcilik konusunda daha önce yapılan çalışmalardaki tanımlara da yer verilerek kavramın tam olarak anlaşılması sağlanmaya çalışılmıştır. Sonraki bölümde ise girişimciliğin dünyadaki gelişimine değinilecektir.

1.2. GİRİŞİMCİLİĞİN DÜNYA'DAKİ GELİŞİMİ

İnsanlık tarihiyle neredeyse yaşıt olan girişimcilik, oldukça eski bir kavramdır. Avcılık ve toplayıcılık olarak adlandırılan ilk sürecin bitip devamında Maden Çağı'na geçilmesi ile birlikte insanlar kendi aralarında ticaret yapmaya başlamıştır. İnsanlık, çevreye iletişim kurmaya ve diğer izole gruplar ile tanışmaya, birlikte hareket etmeye başladıkça izolasyon ortadan kalkmış, şehirler oluşmaya başlamış ve bunu takiben de işyerlerinin sayısı artmış, diğer şehirler ile ticaret faaliyetlerine başlanmıştır. Yazının icadı ile kayıt altına alınan insanlık tarihi, güçlerini birleştiren koloniler ve şehirler ile büyümeye, daha verimli çalışmalar yapmaya başlamışlar, bunun bir sonucu olarak da ihtiyaçlarının üstünde ürüne sahip olmuşlardır. Fazla üretilen ürünlerin elde birikmesi sonucu, bu ürünlerin ihtiyaç duyulan ve elde bulunmayan diğer ürünlerle takas (değişim) edilmesine olanak sağlamış, şehirleşen gruplar bu faaliyetler sayesinde hem ihtiyaçlarını gidermiş hem de zenginleşmişlerdir (Erdoğan, 2012:1).

Bugün bile adından sıklıkla bahsedilen İpek Yolu, Baharat Yolu ve Kral Yolu, bu süreç sonucunda ortaya çıkan ve tüccar milletlerin hâkimiyetinde bulunan lojistik rotalardır. O dönemde yalnızca ticari amaçla yapılan keşifler sonucunda ortaya çıkan bölgeler ve rotalar, bugün hala dünya ekonomisine yön vermeye devam etmektedir (Erdoğan, 2012:1).

Aşağıdaki tabloda Ortaçağdan 21. Yüzyıla kadar dünyada yapılan girişimcilik tanımları verilmiştir.

Tablo 1.1: Girişimcilik ve Girişimci Tanımlarının Yıllar İçindeki Gelişimi

DÖNEM	GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİNİN TANIMI
Ortaçağ Dönemi	Ortaçağ döneminde girişimcilik, büyük ölçekli üretim projelerini yöneten bir aktör ya da idareci olarak kabul görmüştür. Girişimci, hiçbir risk almadan, sadece var olan kaynakları kullanarak projeyi idare eden kişidir.
17. Yüzyıl	Girişimcilik kavramı ile risk arasında ilk kez bu dönemde ilişki kurulmuştur. Girişimci kar ya da zarar etme riskini üstlenerek, devletle anlaşma imzalamak suretiyle mal ya da hizmet tedarikinde bulunan kişidir.
1725: Richard Cantillon	Girişimci, sermayeyi sağlamanın yanı sıra aynı zamanda risk de üstlenen kişidir. Girişimci belirli bir fiyattan ürettiği değeri pazarlamakta ve bu pazarlama faaliyetinden kazanç elde edememe ihtimali bulunmaktadır. Bu ihtimali kabullenişinden dolayı risk üstlenerek faaliyetlerini sürdüren kişidir.
1797: Beaudeau	Girişimci, risk üstlenen, planlayan, yöneten, organize eden ve sermaye sahibi olan kişidir.
1803: Jean Baptiste Say	Girişimci, sermaye karı ile girişimci karını ayırt edebilen kişidir.
1876: Francis Walker	Fonları tedarik edip faiz alanlarıyla, yönetsel becerilerinden dolayı kar elde edenleri ayırt etmiştir.
1921: Frank H. Knight	Amerikalı ekonomist Frank H. Knight, risk ile belirsizliği (uncertainty) birbirinden ayırmıştır
1934: Joseph Schumpeter	Girişimci, yenilik yapan ve denenmemiş teknolojileri geliştiren, kullanan kişidir.
1961: David McClelland	Girişimci, pasif olmayan, aktif, risk almayı göze alan kişidir.
1964: Peter Drucker	Girişimci fırsatları kaçırmayan, gerektiğinde hemen harekete geçen kişidir.
1975: Albert Shapero	Girişimci, girişimde bulunan, kendi kararlarını alan, bazı sosyal ve ekonomik işleyişleri yöneten ve iflas riskini göze alabilen kişidir.
1980: Karl Wesper	Girişimcileri toplumun her kesimi kendine has bir şekilde farklı farklı değerlendirmektedir.
1983: GiffortPinchot	İç girişimcilik (intrapreneurship): işletme içerisinde çalışan bireylerin girişimciliğidir.
1985: Robert Hisrich	Girişimcilik; finansal, sosyal, psikolojik riskler almanın yanı sıra parasal ve kişisel doyuma ulaşma; bu amaçla gerekli zaman ve gayretle farklı bir değere sahip bir ürün ortaya koyma sürecidir.
1995: Peter Drucker	Girişimci elindeki kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başarabilen kişidir.
1999: Jeffrey Timmons	Girişimci, çağdaş önderlikle iç içe geçmiş davranış ve düşüncü biçimine sahip, dürüstlük ve samimiyetle doğruların inşasını yapan kişidir.
2001: Philip A. Wickham	Girişimci bir projeyi kendi yaratıcı bakış açısıyla değerlendirerek bu projeyi modern anlayış ile geliştiren kişidir.

Tablo 1.1 'in devamı.

DÖNEM	GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİNİN TANIMI
2002: G. Brenkert	Girişimci piyasa ekonomisinin vazgeçilmez unsurudur.
2003: L. W. Busenitze	Ekonomik refahın oluşmasında en önemli rollerden birini oynar.

Kaynak: Bozkurt, Ç. Ö., 2011: 6

Dünyada yapılan girişimcilik tanımları incelendiğinde; sermaye sahibi olma, yenilikçi ruh, sorumluluk sahibi, riski göze alabilme, krizleri fırsata dönüştürebilme, kendi işletmesini/organizasyonunu kurma ve onu idare etme gibi ortak paydalarda birleştiği görülmektedir. Girişimciliğin Türkiye serüvenine ise bir sonraki alt başlıkta değinilecektir.

1.3.GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRKİYE' DEKİ GELİŞİMİ

Türkiye'de girişimciliğin tarihsel süreci incelendiğinde Anadolu Selçuklu Devleti'ndeki Ahilik geleneğine/teşkilatına ve sonrasında da Osmanlı İmparatorluğu dönemindeki Lonca geleneğine kadar devam eden bir geçmişinin varlığından söz etmek mümkündür. Anadolu' da Selçuklu medeniyetini kuran Türkler, Anadolu'yu bir ticaret merkezi yapma yolunda çalışmaları sürdürmüş, her yeri kervansaraylarla donatmışlardır. Bu ahilik sisteminde temel iki unsur bulunmaktadır. Bunların ilki, ticari ahlak ikincisi ise ürünün ve müşteri ilişkilerinin kalitesidir. Anadolu Selçuklu Devleti bir yandan girişimciyi diğer yandan da tüccarı korumak amacıyla sigorta müessesesini kurmuşlardır. Osmanlı devletinde de tıpkı Anadolu Selçuklu devletinde olduğu bazı ilkeler varlığını korumuştur (Apak ve diğerleri, 2010:17).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkler, Anadolu'da bir bütünlük sağlayarak toprakları doğudan batıya doğru genişletmeye çalışmışlardır. Genişleyen topraklar ile birlikte Osmanlı İmparatorluğu stratejik açıdan daha önemli konuma sahip olmuştur. Ancak Ümit Burnunun keşfiyle Osmanlı İmparatorluğu'nun mekân olarak ticari öneminin azalmasıyla esnaf ve zanaatkârlar için de güç bir dönem başlamıştır. Sanayileşmenin başlangıcı olarak kabul edilen sanayi devriminin Osmanlı İmparatorluğu'nun gerileme devrine denk gelmesi büyük bir şanssızlık olmuş, bu gerileme sadece askeri alanda görülmekle kalmamış ticari alanı da olumsuz etkilemiştir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, ekonomik girişimciler, sanayi devriminden sonra batıyla daha iyi ilişkiler içinde olan ve bilgi alışverişinde bulunan Yahudi, Rum, İtalyan asıllı Türk vatandaşları idi (Dilsiz ve Kölek, 2005:4). Dolayısıyla Osmanlı döneminde yerli girişimcilerin gelişim göstermesine elverişli bir ortam olmamıştır.

Yerli girişimcilerin, etkin Batı sanayi karşısında daha güçlü olabilmeleri için, 1873 yılında kabul edilen bir kanunla fabrika kuracak kişilere gümrük ve vergi muafiyetleri getirilmiş ve tesisler için on sene müddetle vergi muafiyetleri kabul edilmiştir. Zaman içinde değişik dönemlerde alınan bu önlemler şunlardır (Bülbül, 2010: 43):

- İlgili girişimciye, belli bir alan ve belli bir süreyi kapsayacak şekilde oldukça sınırlı ayrıcalık tanımak;
- Fabrikaların kuruluşunda, Avrupa'dan ilk kez getirilecek olan makine ve araç gereçler için gümrükten muaf tutulmak;
- Fabrikalarda üretilen mallar için iç gümrüklerden ve ihracat gümrüğünden muaf olmak.

Osmanlı İmparatorluğu'nun tanıdığı imtiyazlar, özendirme gayreti ve iyi niyetine rağmen girişimcilik konusunda istenilen noktaya ne yazık ki ulaşamamıştır. 1883-1913 yılları arasında milli sermayeyle kurulan şirketlerin sayısı 46 taneyle sınırlı kalmıştır. Bu şirketlere yapılan yatırımlar ise 110 milyon kuruşu geçmemiştir. Yabancı sermaye ile kurulan şirketlere bakıldığında şirket sayısının 39, yapılan yatırımın ise 1 milyar kuruş civarında olduğunu görmekteyiz (Dirimtekin, 1989: 54).

Birtakım yasal düzenlemelerle Osmanlı İmparatorluğu'nda sanayinin kalkındırılmasına yönelik çalışmalara başvurulsa da gelişmiş batılı ülkelere tanınan imtiyazlar, onlara ayrıcalıklar tanıyan antlaşmalar, batılı ticaret şirketlerine tanınan vergi muafiyetleri ve Duyun-i Umumiye'ye olan borçlardan dolayı Osmanlı Devleti'nin sanayi hamlesi başarılı olamamıştır. 1913'te "Teşviki Sanayi Kanunu Muvakkatı" başlığında bir kanun çıkarılmıştır. Bu kanun sayesinde kurulması planlanan yeni işletmelere hazine arazilerinden bedelsiz/ücretsiz olmak kaydıyla kuruluş yeri tahsisi ve çeşitli vergi muafiyetleri başta olmak üzere bazı teşvikler uygulanmıştır. Bahsi geçen kanunla ilgili olarak İstanbul, Bursa, Bandırma, İzmit bölgesiyle Batı Anadolu'da İzmir,

Manisa ve Uşak bölgesini dâhil ederek yapılan sayım sonuçları aşağıdaki tabloda verilmektedir (Tökin,1946: 24).

Tablo 1.2: 1915 Sanayi Sayımı Sonuçları

	Toplam	Gıda	Dokuma	Diğer
Kuruluş Sayısı	264	75	73	116
Çalışan İşçi Sayısı	14060	3916	6363	3781
Devlet Kuruluşu	22	1	18	3
Özel Kuruluş	242	74	55	113

Kaynak: (Tökin, 1946: 24)

Balkan Savaşları (1912-1913), Birinci Dünya Savaşı (1914-1918) ve ardından Türk Kurtuluş Savaşı'nı da kapsayan dönem Anadolu'da Türk nüfusunu sosyal ve siyasal olduğu kadar ekonomik bir dar boğaza da sokmuştur. Zaten Osmanlı ekonomisinde çöküş yılları da dâhil olmak üzere gayrimüslim unsurların hatırı sayılır bir güce sahip olduğu ve buna paralel olarak girişimcilik alanında da dikkate değer bir öneme sahip oldukları bilinmektedir. Nitekim gerek İttihat ve Terakkinin ekonomik programında (Akşin, 2014: 426) ve Cumhuriyet kurulduktan hemen sonra İzmir İktisat Kongresi ile bir “milli burjuvazi” sınıfının gerekirse devlet eliyle inşa edilmesi ve girişimcilik alanındaki atılımların gerçekleşmesi bir hedef olarak ortaya konmuştur (Ahmad, 2016: 116- 119).

Osmanlı Devletinde girişimcilik alanında gayrimüslim azınlıkların ön planda olması, yerli müteşebbislerin ortaya çıkmasında engel teşkil etmiştir. Dolayısıyla bu dönemde yabancılara tanınan kapitülasyonlar/ayrıcalıklar tek taraflı olarak kaldırılmıştır, böylece Türk halkı kendi topraklarında yabancılarla en azından eşit olma hakkını kazanmıştır. Lozan Anlaşması ile de kapitülasyonlar tamamen kaldırılmıştır. Ancak yine de Lozan Anlaşması iki önemli açıdan ekonomideki seçenekleri sınırlamaktaydı. Anlaşmaya göre Türkiye'nin 1929'a kadar gümrük tarifelerini özgürce belirleme hakkı olmayacaktı. Ayrıca aynı yıl Türkiye Osmanlıdan kalan borçların kendi payına düşen kısmını ödemeye başlamak zorundaydı. Lozan'da ekonomik koşulların 1929' da nasıl şekilleneceğini hiç kimse düşünmemişti (Findley, 2012: 294).

İzmir İktisat Kongresi (1923) bu dönemin belirleyicisi olmuştur. Kongre Ankara'daki seçkinlerle, Milli Mücadele esnasında Ankara'dan uzak kalmış önemli ekonomik merkezler olan İstanbul ve İzmir'deki iş adamlarını bir araya toplamıştır. Kongrede yapılan görüşmelerle “milli iktisat” anlayışı yeni Cumhuriyetin şartlarına göre uyarlanmıştır. İşçi ve köylülerin çıkarlarına gelince; kongre çiftçilerin, tüccarların, sanayicilerin ve işçilerin korporatist* bir temelde temsil edilmelerini sağlayan bir düzenleme yaparak, meseleleri zorla kontrol altına almıştır. Her grup blok olarak oy kullanmış ve işçilerle köylüleri temsil eden örgütlere kapitalistlerle toprak sahipleri başkanlık etmiştir (Findley, 2012: 294).

1923'te yapılan 1. İzmir iktisat Kongresinde sanayici kesime yönelik şu kararlar ve tedbirler alınmıştır (Çoban, 2014: 18):

- Türk özel girişimcisinin güçlendirilmesi ve desteklenmesi,
- Hammaddesi yurtiçinde olan sanayi kollarının kurulması,
- Gümrükler yardımıyla sanayinin dış rekabettin korunması,
- Sanayi faaliyetlerini teşvik edici yasaların çıkarılması,
- Yatırımcılara kredi sağlayacak bir sanayi bankasının kurulması,
- Sanayi odalarının düzenlenmesi,
- Sanayi eğitimine önem verilmesi,
- Makine ve araç ithalatında bu kesime vergi bağışıklıklarının sağlanması.

Kongrede, tüccar kesime yönelik alınan tedbirler ise şöyledir:

- Ticaret bankasının kurulması,
- Kambiyo ve borsa işlerinin yeniden düzene sokulması,
- Yabancı sermayeye herhangi bir ayrıcalık tanınmaması ve yabancı sermayeye ait koşulların yeniden belirlenmesi,
- Gümrük işlemlerinin yeniden düzenlenmesi,
- Tekellerin kaldırılması,

* Korporatizm, toplumu birbirleriyle uyum içinde tamamlayan organlardan (meslek zümrelerinden) oluşan bir organizma olarak görür. Hem liberalizmin bireyciliğini, hem de sosyal sınıfların varlığını, sınıf çatışmasını, emek-sermaye çelişkisini reddeder. Bütünsel bir “kamu çıkarı”nı ve “ulusal çıkarı” meydana getiren mesleki çıkarların toplamının, devlet-işveren-işçi üçgeni içinde gerçekleştiğini ileri sürer (Parla, 2009: 8).

- Haberleşme ve ulaştırma alanındaki ticari işlemlere kolaylık sağlanması,
- Ticaret odalarının yeniden düzenlenmesi,
- Yerli malların karada ve denizde ucuz tarife ile taşınması,
- Anonim şirketler kurulması,

İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararlarla yabancılara tanınan ayrıcalıkların düzenlenmesi ve kaldırılması, milli sanayinin geliştirilmesi, Türk müteşebbislerin devlet desteğiyle güçlendirilmesi sağlanmaya çalışılması, aynı zamanda Lozan anlaşmasıyla kapitülasyonların kaldırılması çok büyük bir başarı elde etmeyi sağlasa da ekonomik sorunlar tam anlamıyla bir çözüme kavuşturulamamıştır. Lozan'la beraber varlıklı gayrimüslim azınlık nüfusun Yunanistan'a, buna karşın Balkanlardaki özellikle kırsal kesimden gelen fakir Müslüman nüfusun da Türkiye'ye göç etmesi (nüfus mübadelesi) ülke toprakları üzerinde hâlihazırdaki girişimci oranında düşüşe neden olmuştur. Rum ve Ermeni nüfustaki olağanüstü düşüşün, uzun dönemde önemli siyasal, toplumsal, kültürel ve iktisadi sonuçları olmuştur. Savaştan önceki yüzyıl boyunca Anadolu tarımının iç ve dış pazarlara yönelmesinde önemli payı olan çiftçilerin, kırsal alanlarla liman şehirleri ve Avrupa ticaret merkezleri arasında bağlantıları kurmuş olan tüccar ve tefecilerin, zanaatkârların büyük bir bölümü artık yoktu (Pamuk, 2017: 174).

Her ne kadar Cumhuriyetin ilk dönemlerinde bir milli burjuvazi sınıfının yaratılması hedeflenmişse de o günün koşulları bu hedefe ulaşılmasına engel olmuştur. Zira Türkiye Cumhuriyeti'nin, Osmanlı Devleti'nden kalan borçlarla kurulmuş olması, Cumhuriyet Dönemine ekonomik açıdan sıkıntılı bir süreçle başlanmasına neden olmuştur. Cumhuriyetin kuruluşunda savaştan yeni çıkmış, üretim yapısı zayıf, dışa bağımlı, istikrarsız kısaca maddi ve manevi anlamda yorgun bir devlet ve toplumun varlığından söz etmek mümkündür. Kısacası 1920'li yıllarda Ankara hükümetlerinin temel amacı yeni sınırlar içinde bir milli ekonomi oluşturmaktı. Ziya Gökalp'in işaret ettiği yönde, Müslüman- Türk bir müteşebbis sınıfın (milli burjuvazi sınıfı) yaratılması ve sanayileşme, milli ekonominin gelişmesi için temel unsurlar olarak kabul ediliyordu (Pamuk, 2017: 180).

Öte yandan 1927 yılına gelindiğinde ilk genel sınaî işletme sayımı yapılmıştır. (Aslında ilk sayım 1921' de yapılmış, ancak İstanbul, İzmir, Adana, Bursa gibi önemli kentler o dönemde milli sınırlar dışında bulunduğundan, hazırlanan rakamlar gerçeğe

çok yakın değildir (Tökin, 1946: 26-27). 1927 sayımının kapsamına giren 65245 iş yerinin %79' unda dörtten az işçi çalışmaktaydı. İşletme başına çalışan sayısı ortalama 2,5 kişiydi. 65245 kuruluşun 2822'sinde yani %4,3 ünde motor bulunmaktaydı (Tekeli ve İlkin, 1977: 40). Sayımın sonucu şu şekildedir:

Tablo 1.3: 1927 Sanayi Sayımı Müessese Sayıları

Sanayi Sınıfları	Müessese Sayısı	%
İmalat Sanayi	556	0.85
Tarım, Hayvancılık Sanayi	28439	43.59
Dokuma Sanayi	9353	14.34
Kereste Sanayi	7896	12.10
Kağıt Sanayi	848	0.53
Maden Sanayi	14752	22.61
İnşaat Malzemesi Sanayi	2877	4.41
Kimya Sanayi	697	1.07
Elektrik Sanayi	90	0.14
Çeşitli Sanayiler	237	0.36
TOPLAM	65245	

Kaynak: (Tökin, 1946: 27)

Tabloda da görüldüğü gibi Türk sanayisinde tarım ilk sırada yer alırken maden sanayi ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca devam eden savaşlar nedeniyle harap olan ülkelerin yeniden inşası gerektiğinden inşaat sanayi de gelişim göstermiştir.

Bu sürecin devamında da 1929 Ekonomik Buhranı ve ardından dünya genelinde Keynesyen İktisadi Modelin kabul görmesi, buna bağlı olarak Avrupa'da faşist rejimlerin türemesi ve nihayetinde 2. Dünya Savaşı'nın ortaya çıkması kürenin her yerinde olduğu gibi Türkiye'de de girişimciliğin gelişimine ciddi bir darbe vurmuştur. Bahsi geçen dönemlerde zaten bir milli burjuvazi sınıfından yoksun olan Türkiye, girişimciler eliyle piyasaya sunulması gereken mal ve hizmetleri devlet aracılığıyla üretmiştir. Bu dönemde devletçilik politikasıyla, devlet kesimi ekonomide bir yatırımcı ve üretici olarak öne çıkmıştır (Pamuk, 2017: 188).

Cumhuriyet'in ilanından 1930'a kadar geçen süre milli ekonominin inşasına ayrılmıştır. Bu dönemde ekonomideki yabancı hâkimiyetinin kırılmasına ve girişimciliğin güçlendirilmesine çalışılmıştır. Ancak 1929'da tüm dünyayı sarsan ekonomik kriz Türkiye'yi de derinden etkilemiştir. Bu krizin etkileri ve özel sektörün yetersiz kalışı ekonomide devletçiliğin benimsenmesine neden olmuştur. 1932'de Atatürk'ün öncülüğünde sanayiye kapsayan beşer yıllık ekonomi planları uygulanmaya başlamıştır. İlki başarı ile uygulanan bu planların ikincisi Atatürk'ün ölümü ve ardından İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması nedeniyle uygulanamamıştır. Savaş ekonomisi ise girişimciliğe büyük ölçüde engel teşkil etmiştir. 1942 yılında Varlık Vergisi uygulanmıştır. Savaş yıllarında emisyon artırıldığı için istifçilik ve pahalılık artmıştır. Bununla beraber ithalatçı bazı azınlıkların elde ettiği fahiş ve haksız kazançların oluşturduğu büyük servetlerden bir defaya mahsus olarak alınan Varlık Vergisi de çare olamamıştır. Yine de özel sektörde gözle görülen bir canlılık olmuştur. 1950'lere gelindiğinde ise Demokrat Parti'nin iktidar olmasıyla ekonomide liberalleşme hareketi başlamıştır. Yeni hükümet, girişimciliğin ufkunu açmıştır ve işgücü ucuzlamıştır. Yabancı sermaye kanunu çıkarılmış ve sanayi konusunda hem yerli hem de yabancı girişimciler açıkça korunmuştur. Özel sektörün sanayideki payı % 50'den % 70'e çıkmıştır. 1950'lerin başında devlet tarıma da ağırlık vermiştir. Ekonomi 1950-1954 arasında parlak bir dönem geçirmiştir. 1954'te yaşanan kıtlık ve susuzluk, enflasyona sebep olmuş buna engel olmak için KİT'ler maliyetin altında satış yapınca, oluşan yük kaldırılamamıştır. Sonuçta 1958'de devalüasyon yapılmıştır (Tikici ve Aksoy, 2009: 45).

1963 yılında Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuş ve beşer yıllık planlı kalkınma dönemleri tekrar başlamıştır. Bunun bir sonucu olarak girişimci kuşağı da oluşturulmuş ve özel sektöre yönelik yatırımlar artırılarak devam etmiştir. 70'li yıllar ise ithal ikamesinin yaygınlık kazandığı yıllardır. 1970'lerin başında kamu yatırımlarında azalma görülürken özel sektör yatırımları ise artma eğilimi göstermiştir. Yine aynı dönemde ülkede yaşanan; siyasi ve ekonomik istikrarsızlık, terör olayları, döviz sıkıntısı, Kıbrıs Barış Harekâtı'ndan sonra konulan ambargolar teşvik sistemlerinin çağdışı kalması, dışa açık olmama ve ithal ikamesi sisteminin tıkanması girişimciliğe büyük boyutta olumsuz etki oluşturmuştur (Tikici ve Aksoy, 2009: 46). 1970'li yılların sonlarının, ülkenin sadece ekonomik değil, aynı zamanda çok ağır bir siyasi bunalıma

sürüklendiği bir zaman aralığı olduğu ve 12 Eylül rejimine geçişin resmi gerekçesi olarak iktisadi sorunlardan ziyade anarşi, terör, kısır parti çekişmeleri ve parlamentonun felce uğratılması gibi siyasi sorunların kullanıldığı malumdur. Ancak Boratav (2008: 368), bu yaklaşımın yanı sıra Türkiye’de girişimciliği de doğrudan ilgilendiren iktisadi sorunların de en az diğer konular kadar önemli olduğunu ifade etmektedir.

1980 Darbesi ve yaşanan diğer ekonomik sorunlar girişimciliği sekteye uğratsa da sonrasında girişimcilik konusunda önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Örneğin; ülke içindeki ve ülke dışındaki ekonomik sorunları çözmek için iktisadi dönemin yeni bir başlangıcı olarak kabul edilen “Ekonomik İstikrar Kararları” 24 Ocak 1980 tarihinde alınmıştır. 1980’lerde benimsenen serbest piyasa ekonomisi ve dışa açılma ile desteklenen bu olay girişimciliğin gelişmesi yönünde yeni olanaklar sağlamış ve vizyonunu genişletmiştir. Bu dönemde özelleştirme gündeme getirilerek devletin ekonomiden çekilmesi amaçlanmış ve kısmen de olsa uygulanmaya başlamıştır. Önceki yıllara göre yavaş olmakla birlikte sanayi sektörü gelişim içinde olmaya devam etmiştir. En dikkat çeken gelişmelerden biri hizmet sektöründeki girişimciliğin artışa geçmesidir. 1980’lerden günümüze doğru geldikçe girişimcilik felsefi bakımdan da farklılık göstermiştir. En önemli değişim ise klasik faktörlerinin yerine bilginin ön planda olmasıdır. Bu çağda bilgi, girişimcilerin ve işletmelerin stratejik kaynağı haline gelmiştir. Girişimciler için bilgiye dayalı teknolojiler ve bilgi transferi önem kazanmıştır (Tikici ve Aksoy, 2009: 46).

1995 yılında Gümrük Birliği’ne geçişle birlikte Türk sanayisi ilk başlarda denge sağlayamasa da daha sonra uluslararası rekabetin getirdiği zorunluluklarla rekabet gücünü arttırmıştır. Gümrük Birliği, özel sektörün hareketliliğinin artmasını ve Türk ekonomisinin iç ve dış etkilere karşı daha kolay uyum sağlamasına katkıda bulunmuştur (Cansız, 2013: 36).

1930’lu yıllarda tarım, gayri safi milli hâsılanın %40’ını oluşturuyorken 2012 yılına gelindiğinde bu oran % 8’in altına düşmüştür. Hizmetle sektörü ise tarım sektörünün tersi yönünde gelişim göstermiştir. Hizmetler sektöründeki pay % 45’lerdeyken 2012’deki pay yılında gayri safi milli hasılanın takriben % 67’sini oluşturmaktadır. Sanayi sektöründe ise % 15’lerden % 23’lere gelinmiştir. Türkiye gelişmiş ülke ekonomileriyle benzer bir gelişim sergilemiştir. Sanayi sektörünün ülke

ekonomisi içindeki payı oransal olarak fazla değişim göstermese de bu sektörde yapısal olarak önemli değişiklikler yaşanmıştır (Cansız, 2013: 36). 2018 yılı Kalkınma Bakanlığı verilerine göre ise tarım gayri safi milli hâsılanın % 5.9'unu oluşturuyorken, bu oran sanayide % 20,9 ve hizmetler sektöründe % 61,6'dır (Kalkınma Bakanlığı Onuncu Kalkınma Planı: 8).

Son dönem girişimciliğine bakıldığında bilişim ve iletişim toplumunun gereklerine uyum sağlayan, yenilikçi ve rekabetçi bir ortama tanık oluruz. Yerel düşünüp küresel hareket eden, hem kendi değerlerini hem de küresel değerleri harmanlayarak bütünleştirmeye çalışan, profesyonel yönetim ilkelerini işletmesinde uygulayan, krizlerden ders alarak güçlü duran, riski yayan vizyon ve misyon sahibi girişimci kişilerden bahsedebiliriz. Çünkü artık hem dünyada hem Türkiye'de oyunun kuralları değişmiştir ve Türk girişimciler bu küresel rekabete uyum sağlamak zorundadırlar (Kaya, 2007: 43).

1.4. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Sosyal, kültürel ve bireysel bir olgu olan girişimciliğin kendiliğinden ortaya çıkmasını beklemek ve girişimci ruhun hiçbir faktörden etkilenmeyeceğini düşünmek irrasyonel bir yaklaşım olacaktır. Girişimciliğin ortaya çıkabilmesi için girişimci kişilik, sosyal çevreden alınan destek ya da girişimci bir ailede veya toplumda yetişmek önemli fakat yeterli değildir. Zira girişimcilik çok sayıda faktörün uygun bir zeminde bir araya gelmesi ve bu faktörlerin iç içe geçmesiyle oluşur. Bu yüzden girişimciliği pozitif ve negatif olarak etkileyen birden çok faktör bulunabilir. Bu faktörlerin kimisi temel belirleyici durumdayken kimisi ise yardımcı niteliktedir. Çalışmamızın bu bölümde esas konumuzun çok fazla dışına çıkmamak ve çalışmamızın hacmini artırmamak için yalnızca temel faktör olarak belirlediğimiz ailenin etkisi, eğitimin etkisi ve sosyo-kültürel çevrenin etkisi sırasıyla incelenecektir.

1.4.1. Ailenin Etkisi

Toplumun en temel yapı taşı olan aile ayı zamanda bireylerin kariyerlerinin şekillenmeye başladığı ilk kurumdur. Ailenin sosyal yapı içerisindeki yeri, ebeveynlerin çocuklara karşı sergilediği tutum ve davranışlar, olaylara karşı bakış açıları, çocukları yetiştirirken ve onları geleceğe hazırlarken etkili olacak, bireyi olumlu veya olumsuz olarak yönlendirecektir.

Aile çocuğun geleceğini sağlamaya, yaşamına yön vermeye çalışır. Çocuğun aile içinde almış olduğu eğitim, görgü, ailesinin içinde bulunduğu ekonomik ve toplumsal sınıf, değerler onu yaşamı boyunca doğrudan etkilemektedir. Çocuğun üretken alanlarda faaliyet göstermesi için teşvik edilmesi girişimci olabilmesi açısından olumlu bir etki yaratacaktır. Eğer aile içinde girişim ve girişimcilik destekleniyorsa yeterli eğitim ve maddi olanaklarla birleştiğinde çocukta “girişimci kültürü” ve “girişimcilik fikri” yerleşmektedir. Ailenin dışa dönük, başarı yönelimli, aktif, üretken tavırları çocuk üzerinde erken dönemde girişimci kişiliğin oluşmasına katkı sağlayacaktır. Bir toplum içerisinde aile eğer girişimciliği destekliyorsa o toplumdan daha çok girişimci çıkmaktadır. Çocukların içinde bulunduğu, yetiştiği aile içerisinde bağımsızlığa ve kendi ayakları üzerinde durmaya önem veriliyorsa, çocuk, girişimci niteliklerini daha kolay ve hızlı kazanmaktadır (Hisrich ve Peters’den aktaran Cansız, 2013: 19).

Ailenin birey üzerinde teşvik edici ve cesaretlendirici etkileri olabileceği gibi kısıtlayıcı ya da engelleyici şekilde olumsuz etkileri de olabilir. Baba figürünün dominant bir şekilde öne çıktığı ve babanın aile üzerinde karar mercii olduğu ataerkil aile yapısında ebeveynlerin (özellikle babanın) sıkı denetimi söz konusudur. Dolayısıyla ataerkil aile yapısında bireyin aldığı kararlara sürekli bir müdahale, eleştiri ya da baskı söz konusudur. Bu tip ailelerde içe kapanık, suçluluk ve bağımlılık duygusu hisseden ve girişimcilik ruhu bastırılmış bireyler yetişir. Özellikle kırsal kesimde karşılaştığımız bu ataerkil aile tipinde çocukların ileride yapacakları mesleklere bile aileleri karar verir. Dolayısıyla ülkemizde sıklıkla karşılaştığımız bu aile tipinde bağımsız, kendine güvenen ve risk alabilen bireyler yetişmesi oldukça zordur. Kırsal kesimde yaşayan insanların kendilerini güvence altına alma istekleri ve bu doğrultuda hareket etmeleri onların devlet kapısında çalışmak istemelerini körükleyerek girişimci kişiliğin oluşmasını engellemiştir (Akpınar, 2009: 42).

Ailede girişimci bireylerin olup olmaması her ne kadar girişimci bireylerin ortaya çıkmasında önemli bir faktör olsa da bu faktörün ötesinde bireyin kişilik gelişimi süresince aile, girişimcilik eğilimlerinin oluşumunda ve gelişiminde, fırsatların kollarının öğretilmesi, bağımsız davranma arzusunun kazandırılmasında ve risk alabilme cesaretinin geliştirilmesinde, yenilik ve yaratıcılığın önemini aktarılması konusunda üç türlü etki yapabilmektedir (Kök, 2007: 44-45). Bunlardan ilki, çocuğun

aile içerisinde hayatını kazanma, kendi işini kurma gibi konularda serbest bırakılarak çocuk üzerinde teşvik edici etki yaratmak. İkincisi, ailenin çocuğun fikir ve kararlarına değer vermeyip başarıma isteğine ket vurarak çocuk üzerinde kısıtlayıcı etki yaratmak. Ve son olarak aile, çocuğu toplumsallaştırma görevini okul vb. kurumlara bırakıp çocuğa olumlu veya olumsuz yönde herhangi bir etki sağlamayarak çocuk üzerinde nötr etki yaratmak (İrmiş ve diğerleri, 2010: 40).

Aile içerisinde potansiyel girişimci olarak yetişmeye başlayan çocuk, önüne çıkan fırsatlarda girişimci ruhunu sergileyebilir. İçindeki girişimciliği göstermeye çalışan çocuk, okul çağında ufak işler para kazanarak girişimcilik yolundaki ilk adımını atabilir. Erken yaşlarda bu alanda edindiği tecrübeleri ileriki yaşlarında atılmış olduğu ticaret hayatında daha başarılı atılımlar yapabilmek için çaba sarf etmektedir (Akpınar, 2009: 42).

1.4.2. Eğitimin Etkisi

Girişimcilik doğuştan gelen bir özellik olabileceği varsayılabilir ancak bu varsayım tek başına yeterli olmayacaktır. Zira girişimcilik psikolojik, sosyo-kültürel ve çevresel faktörlerle sonradan öğrenilen bir davranış biçimi de olabilir. Girişimciliğin öğrenilmesinde ya da doğuştan gelen bir yetenek olarak girişimci ruhun ortaya çıkarılmasında aile faktörünün yanı sıra eğitimin önemi de yadsınamaz seviyededir. Girişimci niteliklere sahip olanlar kişilerin bu özelliklerini eğitimle beslemeleri sonucunda doğru işlere yönelmeleri, sermayenin doğru yerde ve doğru şekilde kullanılması ve toplum kaynaklarının daha etkin şekilde kullanılması sağlanır. Bu nedendir ki, eğitimin amacı, neleri kapsayacağı, nasıl bir eğitim verileceği gibi konular pek çok ülkede tartışma konusudur. Her ülkenin kendi kültürüne ve toplumsal yapısına göre verilecek eğitimin amacı, içeriği, kapsamı çeşitlilik gösterir. Örneğin Fransız eğitim sisteminde deneyim ve yenilikçi anlayıştan uzak, standardize edilmiş bir öğrenci tipinin tercih edildiği eğitim sistemi benimsenmiştir. Oysa İngiltere'ye baktığımızda devletin hazırlamış olduğu resmi müfredatlarda girişimcilik konusunun yer aldığını ve tek tip insan modelinden yenilikçi bir bakış açısına sahip bireyler yetiştirmenin amaçlandığı bir sistem görmekteyiz (Top, 2006: 186).

Genel eğitim sistemi kişiler üzerinde elbette azımsanamayacak bir etkiye sahiptir, bu nedenle girişimciliğin artırılması amacıyla son dönemlerde bireylere

üniversitelerde ya da özel kurumlarda girişimcilik dersleri verilerek girişimcilik eğitimi sağlanmaktadır. Verilen bu eğitim bireylere, yaratıcı kişilik özelliği kazandırma, çevresinden bağımsız adım atma, fırsatları değerlendirme, risk almaktan korkmama davranışlarını kazandırma ve bu konularda bireyleri motive etmeye yöneliktir. Ancak uzun bir dönem özellikle üniversitelerde, girişimcilik eğitimi yalnızca teorik düzlemde kalmış ve uygulama aşamasına geçememiştir (İrmiş ve diğerleri, 2010: 41).

Amerika Birleşik Devletleri ve gelişmiş Avrupa ülkelerinde girişimcilik dersi henüz ilk ve orta dereceli okullarda verilirken buna karşın Türkiye’de girişimcilik eğitimi/dersleri ancak üniversite düzeyinde verilmektedir. Küreselleşen dünyayla rekabet edebilmek için öncelikle eğitim sisteminde gerekli düzenlemeler yapılmalı ve girişimcilik eğitimi bireylere küçük yaşlarda ve uygulamalı olarak verilmelidir. Bu anlamda KOSGEB’ in çeşitli çalışmaları olmuştur. Aşağıdaki tabloda KOSGEB’in uygulamalı girişimcilik eğitimleri yıl bazında verilmiştir.

Tablo 1.4: KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri

Yıl	Program Sayısı	Katılımcı Sayısı
2010	309	11.584
2011	1.404	48.145
2012	1.822	57.192
2013	2.531	86.309
2014	2.524	86.805
TOPLAM	8.590	290.035

Kaynak: (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018: 50)

Bireylerin girişimci kişilik özelliğini kazanabilmeleri için gerekli olan temel faktörlerden biri de kuşkusuz eğitimidir. Dolayısıyla hem iş dünyası açısından, hem de beşeri sermaye ve istihdam sağlama açısından girişimcilik eğitiminin bireylere küçük yaşlardan başlanarak verilmesi ve bu eğitimin üniversitede de devam ettirilmesi bir elzemdir. Bu yüzden ülkemizdeki eğitim sisteminde; girişimcilik konusuna müfredatta detaylı olarak yer verilmeli, bireylerin girişimcilik eğilimleri güçlendirilmeli, bireysel hareket etme kapasiteleri arttırılmalı, bireyler küçük yaşlarda karar ve risk alma

konularında motive ve teşvik edilmelidir. Zira kişilerin girişimci olma ya da olmama konusundaki kararlarını etkileyen faktörlerden biri de eğitimidir (Balaban ve Özdemir, 2008: 136).

1.4.3. Sosyo-Kültürel Çevrenin Etkisi

Girişimci kişiliği etkileyen temel faktörlerden bir diğeri de sosyo-kültürel çevredir. Toplumsal değerleri bireysel değerler oluşturmaktadır. Bu yüzden bireyler içinde buldukları kültürden bağımsız düşünülemezler. Dolayısıyla kültürün girişimciliği doğrudan etkileyeceği çıkarımında bulunulabilir. Toplumların girişimcilik düzeyi gelişmişlik düzeylerine göre farklılık gösterebilmekte; bazı toplumlarda girişimcilik düzeyi gelişmişken bazı başka toplumlarda ise bu düzey oldukça düşük seviyelerde olabilmektedir. Bu durum toplumların birçok açıdan farklı olduğu gibi kültürel açıdan da farklılık taşıdığını ve bu farklılığın girişimcilik üzerinde de yadsınamaz bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle girişimciliğin kültürel değerlerden etkilenmemesi olası değildir. Girişimci güdülerin ve davranış kalıplarının oluşumunda kültürel yapı önemli bir rol üstlenmektedir (Başçı Nur ve Erataş, 2013: 157).

Bir kültürde yeni bir işletme kurma fikrine önem veriliyorsa, bu önemi vermeyen bir kültüre göre daha yeni ve riskli işletmelerin kurulma ihtimali daha yüksek olacaktır. Eğer bir kültürde girişimciliğe destek veriliyor, kişinin kendi patronu olmasına, risk almasına, bireysel fırsatlara sahip olmasına önem veriliyorsa, böyle kültürlerin hüküm sürdüğü ortamlarda çok sayıda işletmeler kurulabilecek ve girişimcilik davranışları yaygınlaşabilecektir. Özellikle ailelerinde, akraba veya arkadaş çevreleri arasında girişimciler bulunuyorsa üstelik bu girişimciler başarı da sağlamışsa böyle bir ortamda yetişen kişiler de kendi işini kurma konusunda korkmadan risk alarak cesaret örneği göstermektedirler. Dolayısıyla bazı toplumlarda girişimci ve potansiyel girişimci sayısı oldukça yüksekken, bazı toplumlarda ise bireylerin kendi işlerini kurmalarında çevrelerinden örnek davranışlar göremeyip destek alamadıkları için başarısızlığı bir itibar kaybı olarak kabul ederek işletme kurma ve girişimci olmada çekimser davranış sergilerler ve böyle toplumlarda girişimcilik düşük oranda görülür (Güney ve Nurmakhamatuly, 2007: 71).

Kültürleri, girişimci olan ve girişimci olmayan şekilde sınıflandırmak doğru olmaz. Çünkü kültürler, alt kültürlerden olumlu ya da olumsuz olarak etkilenirler. Dolayısıyla bazı alt kültürlerde bireylerin bağımsız hareket etmesi, risk alması, iş kurması ve yaratıcı faaliyetlerde bulunması destekleniyorsa o toplumda kuşkusuz girişimcilik dinamik bir şekilde kendini gösterecektir. Aynı şekilde bir başka alt kültürde bu tür faaliyetler desteklenmiyorsa, kendini garanti altına almak isteyen bu yüzden de daha çok devlet memurluğunu tercih eden bireyler yetiştiriliyorsa böyle bir toplumdan da girişimci ruha sahip bireyler çıkması beklenemez. Girişimcilik; başta toplumun en küçük yapı taşını oluşturan aileden sonrasında da uzun yıllar sürecek olan eğitimden ve elbette ki içinde doğup büyüdüğümüz yetiştiğimiz toplumdan ve çeşitli diğer faktörlerden etkilenir. Dolayısıyla girişimcilik, toplum kültürünün ve alt kültürlerin sunduğu değerler ve felsefeyle yakından ilişkilidir. Kendisi de hakim kültürün bir alt kültürü olan girişimcilik, toplumsal kültürden ve onun unsurlarından etkilenmektedir (Güney ve Çetin, 2003: 139).

Bu bölümde literatür taraması yapılarak girişimciliğin tanımı geniş şekilde yapılmış, girişimciliğin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişiminden bahsedilmiş ve son olarak da girişimciliği etkileyen temel faktörler açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde ise çalışmamızın temelini oluşturan kadın girişimciler konusu detaylı olarak incelenecektir.

2. BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Çalışmanın bu bölümünde konunun özünü oluşturan kadın girişimciliği konusuna detaylı olarak değinilecektir. Ancak kadın girişimciliğine değinmeden önce toplumsal yaşam içerisinde kadınların tarihte nasıl kadın olduklarını, bugünkü haklarına nasıl kavuştuklarını bilmek konunun önemini vurgulamak açısından önemli ölçüde fayda sağlayacaktır. Kadınların, toplumsal bir varlık haline dönüşme sürecinden, erkeklerle eşit haklara sahip olma yolunda verdikleri mücadeleden bahsedilecektir. Dolayısıyla öncelikle toplumsal cinsiyet eşitliğinden ardından feminist bir bakış açısıyla kadının toplumdaki yeri ve öneminden, kadına toplumda biçilen rolden ve verilen değerden bahsedilip, ataerkil toplum yapısı eleştirel açıdan değerlendirilecektir. Yine konunun esası olan kadın girişimciliğinin tanımı ve önemine detaylı olarak değinilecek, kadınların girişimci olmalarını etkileyen faktörler, hangi türlerde kadın girişimcilerin olduğu, kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılması, Dünya’da ve Türkiye’de kadın girişimciliği ve son olarak kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara değinilecektir.

2.1. FEMİNİST BİR BAKIŞ AÇISIYLA KADIN

Erkeğin kadın üzerinde hâkimiyet kurduğu, kadının yaşamını sınırlı bir alanda sürdürdüğü, sosyal, ekonomik ve hukuki alanda erkeklerle eşit haklara sahip olmadığı bir toplumsal yaşamdan kadınlar da elbette hoşnut değildir. Nitekim kadınlar, toplumsal hayatın her alanında erkeklerle eşit haklara sahip olmak ve kendilerinin de toplumsal birer varlık olduklarını kabul ettirmek istemişler ve sonuçta erkeklerin kadınlardan daha eşit olduğu ataerkil düzene karşı küçük ayaklanmalar başlatarak feminizmin temellerini atmışlardır. Feminizm, genel olarak cinsiyet üzerine bir söylem olsa da, kadının toplum içindeki ikincil konumunu farklı açılardan ele almakta ve sonuç olarak da farklı çözüm önerileri geliştirmektedir (Çetinel ve Ersoy Yılmaz, 2016: 123).

Tarihsel olarak feminist düşüncenin temelleri ilk kez 17. Yüzyıl İngiltere’inde feodalizmin bitmesi ve kapitalizmin gelişmesi ile kendisini yeni toplumdan dışlanmış, ikincilleştirilmiş bir sosyolojik grup olarak hisseden orta sınıf kadınlarının istekleriyle ortaya çıkmıştır. Geleneksel toplumda, eğitim, üretim, siyaset gibi alanların merkezî noktasını aile oluşturmaktadır. Geleneksel toplumda ilk başlarda kadınla erkek arasında

pek fark olmamasına rağmen sanayileşmeyle birlikte ailenin eğitim ve üretim gibi temel fonksiyonları, yeni oluşan kamusal alana kaymaya başladı. Çocuklar kendilerine eğitim kurumlarında yer bulurken, erkekler ise üretim faaliyetlerinin bulunduğu kamusal alanda yer almışlardır. Dolayısıyla kadınların yaşamı aile ile sınırlı kalmıştır (Türküne, 2005: 561).

Gelişmekte olan kamusal alanda erkekler kendilerine bir yer edinmiş ve vatandaşlık hakkını elde ederek siyasi bir varlığa dönüşmüştür. Yine eşitlik, özgürlük, seçme ve seçilme gibi değerlerle tanışan da yalnızca erkekler olmuştur. Kadın ise toplumsal hayatın ikinci planında tutularak kadının asıl bulunması gereken yer, evi olarak görülmüştür. Evrensel eşitlik ilkesinden mahrum kalan kadınların, kendilerini toplumun ezilen bir grubu, dışlanmış bir topluluğu olarak hissetmeye başlamaları ve artık aile içinden çıkıp toplumsal hayatta yer almak üzere İngiltere’de başlattıkları hareketle feminizm ortaya çıkmıştır. Yeni burjuvazi sınıfının özgürlük ve eşitlik taleplerine karşı kadınlar da bu hakları talep etmeye başlamışlardır. Bununla birlikte Fransız devriminin formülasyonlarından olan devlet, siyasal ve sivil toplum alanlarında kadına yer vermemiştir. Kadının asli yeri olarak kabul edilen aile ise yükselmekte olan sanayi toplumuna entegre durumunda bırakılmıştır (Aktaş, 2013: 60).

Tekstile dayalı sanayinin gelişmesi, aileye terk edilen kadın emeğine ihtiyaç duyulmasına ortam hazırlamıştır. Ancak o dönemde kamusal alanın yalnızca erkeğe özgü görülmesi, orta sınıf kadınların üretimden kopuk aile yaşantılarıyla kamusal alan arasında sıkışıp kalmalarına neden olmuştur. Feminizmin ilk tohumlarını atan bu orta sınıf kadınların temel talepleri, ekonomik yaşamda yer almak, eğitim ve hukuk gibi alanlarda yasal hakları elde etmektir (Türküne, 2005: 562). Tarihsel olarak incelendiğinde feminizm; Birinci Dalga Feminizm, İkinci Dalga Feminizm ve Üçüncü Dalga Feminizm olarak üç gruba ayrılır. Birinci Dalga Feminizm; 19 yüzyılın sonu, 20. Yüzyılın başlarında dünyanın birçok ülkesinde kadınlar bir araya gelerek dernekler kurdular, erkeklerin sahip oldukları haklara kendilerinin de sahip olmaları gerektiğini dile getirdiler. Birinci Dalga Feminizm, ‘Süfrajat Hareketi’ ile başlamıştır. Bu hareket, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri’nde kadınların seçme ve seçilme hakkını elde edebilmek için başlattıkları harekettir (Kalkan, 2017: 154). Yeni toplumda parlamenter rejimin gelişmesiyle egemenlik aristokrasiden alınarak erkeklere

verildiğinde kadınlar da bundan paylarını almak istemişti. Bunun için yoğun şekilde oy kampanyaları başlatıldı, insani bir olay olarak görülen bu kampanyalara erkekler de destek verdi. Erkeklerin de desteğini alan kadınlar başlattıkları hareketi hızlandırarak; eğitimden ekonomik alana, sosyal alandan hukuksal alana kadar erkeklerle aynı konuma gelebilmek için çaba sarf etti. Kadının durumunu iyileştirmeyi hedef alan bu feminist hareket, Amerika’da 1840, İngiltere’ de 1850, Fransa ve Almanya’da 1860 ve İskandinav ülkelerinde 1870’li yıllarda gelişti (Türküne, 2005: 562).

Türkiye’deki kadın hareketi, Osmanlı dönemine kadar uzanır. Dünyanın çeşitli coğrafyalarında meydana gelen eylemlerin benzeri burada da kendini gösterir. Osmanlıda da kadınlar diğer ülkelerdeki kadınların sordukları soruları sorarak kendilerine uygulanan ayrımcılıkları dile getirdiler. Erkeklerle kendi durumlarını karşılaştıran ve onlarla aynı haklara sahip olmayı isteyen kadınlar, Şükufeza, Kadınlar Dünyası gibi yazarları ve sahipleri kadınlardan oluşan dergiler çıkardılar. Kadınlar bu dergilerdeki yazılarında, çözümün kendilerinde olduğunu dile getirerek, “Evet Osmanlı erkeklerinden bazıları bizi, biz kadınları müdafaa ediyorlar; görüyoruz; teşekkürler ederiz. Biz Osmanlı kadınları kendimize mahsus inceliğimiz, kendimize mahsus edep ve adabımız vardır, bunu erkek muharrirler bir kadının anlayacağı ruhla anlamazlar. Lütfen bizi kendi halimize bıraksınlar, hayallerine bazice [oyuncak] buyurmasınlar. Biz kadınlar hukukumuzu bizzat kendi çalışmamızla müdafaa edebiliriz” (Örs, 2016: 435) demişlerdir. Türkiye’ de kadınlar seçme ve seçilme hakkına 5 Aralık 1934’te kavuşmuşlardır.

Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra kadınlara bazı ülkelerde oy hakkının verilmesiyle Birinci Dalga Feminizm sona ererek yerini İkinci Dalga Feminizme bırakmıştır. Bu dönemdeki feminist hareket, kamu alanındaki hakların yanı sıra aile içinde de eşitliğin sağlanmasını talep etmişlerdir. Toplumsal alanda ataerkil bir yapının olduğu, bu yapının kadın erkek arasında doğal olarak bir eşitsizlik yarattığı düşünülerek bu durumun eleştirisi yapılmış ve kadın-erkek eşitliği yerine toplumsal cinsiyet eşitliği kavramı kullanılmaya başlanmıştır. Teorik alanda da cinsiyet üzerine yapılan çalışmalarda artış gözlenmiştir. Bu konudaki öncülerden biri Simon De Beauvoir’ dır. Ona göre “kadın doğulmaz, kadın olunur.” De Beauvoir, 19. yüzyıldaki Dalga Feminizm ile 20. yüzyıla tekabül eden İkinci Dalga Feminizm arasındaki bağlantıyı

kurmuştur. Feministlere “*Kadın üzerindeki baskı ırk ve sınıf baskısı gibi değildir. Rastlantısal olarak tersine dönüştürülen bir olgu hiç değil. Kadın ezilmesi benzersizdir. Kadın her zaman erkeğe bağımlı olan bütün zamanların ötekisidir.*” diyerek onlara “öteki” olmanın ne demek olduğunu öğretmiştir (Örs, 2016: 436). Toplumsal cinsiyetten kaynaklanan ve kadınların gündelik yaşamlarında karşılaştıkları sorunlar, kadınlara özgü ya da belli durumlara özel sorunlar değildi. Tüm bunlar bir sistemin, ataerkil toplum düzeninin ürünüydü. Daha önce çeşitli bahanelerle gizlenen, görmezden gelinen tüm bu neden ve sonuçlar deşifre edilmeli, açığa çıkarılmalı, erkeğin kadın üzerindeki sistematik baskısı açıklanmalı ve ona baş kaldırmanın yolları bulunmalıydı. İkinci dalga feminizm, belli özelliklerin netleştiği, farklılaştığı bir süreçte gelişti, hareket daha radikalleşti (Örs, 2016: 437). Üçüncü Dalga Feminizm ise 1980’lerden günümüze kadar olan post-modern ve kültürelci feminizm ekseninde şekillenen düşüncelerin oluştuğu dönemdir. Üçüncü dalga harekette farklılıklara vurgu yapılmıştır. Genel geçer teorik kurallardan uzaklaşarak etnik ve dinsel temelli farklılıklar belirgin şekilde ön plana çıkarılmıştır (Kalkan, 2017: 155).

Feminizm görüldüğü üzere özünde ataerkil toplum yapısına eleştiriye barındırmaktadır. Cinsiyete dayalı güç yerine genel eşitlik üzerinde konsensüs oluşturulmasını hedefleyen kadınların temel amacı, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlayarak gerek kamusal alanda, gerek hukuksal alanda, gerekse toplumsal yapı içerisinde erkeklerle aynı haklara, aynı değere sahip olabilmektir. Kendilerine ‘bağlı olma’ rolü verilirken erkeklere ‘iktidar olma’ rolünün verilmesini haklı olarak kabul etmeyen kadınlar farklı zamanlarda benzer hareketlerle cinsiyetin değil aklın esas alınması gerektiğini savunmuşlardır. Toplumsal alanda erkeğin egemen konumda olması kadınların hemen her alanda ikinci planda kalmasına neden olmuştur. Kadınlara biçilen eş ve anne olma gibi görevler onun yaşamını ev ile sınırlandırırken erkekler ekonomik üretim ve siyasi yaşamla iç içedir. Tıpkı erkekler gibi toplumsal bir varlık olması nedeniyle kadınların önündeki yasal ve ekonomik engellerin kaldırılarak onların toplumsal yaşam içerisinde yer almaları gerekmektedir. Oysa ataerkil fikirler, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasındaki ayrımı bulandırmakta ve erkek ve kadın arasındaki bütün sosyal ayrımların biyoloji ve anatomiden kaynaklandığını varsaymaktadır. Bunun aksine feministler, cinsiyet ve cins arasında gerekli ve mantıklı bir bağlantı

olduğunu reddetmekte ve toplumsal cinsiyet ayrımlarının sosyal hatta siyasi temele dayandığını vurgulamaktadır (Heywood, 2015: 245).

2.2. TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ

İnsanlar dünyaya gelirken biyolojik cinsiyetlerini seçemedikleri gibi içinde yaşadıkları toplumu da seçme imkânları yoktur. Dolayısıyla insanlar; gerek cinsiyetlerinden kaynaklanan gerekse ait oldukları kültürden kaynaklanan çeşitli sorumluluklarla dünyaya gelirler. Tarihsel olarak baktığımızda ilkçağ düşünce yapısında, erkek çocuğun rahimde oluşmadığı durumda bir başarısızlık meydana geldiği ve bunun sonucunda da rahimde kız çocuğunun oluştuğu kanaatinin hâkim olduğunu görmekteyiz. Örneğin; Latince kadın, femine olarak ifade edilir; “fe” kelimesi güvenilir anlamında, “minus” kelimesi ise yetersizlik anlamındadır. Yani femine; güvenilir ve inanılır olmayan anlamına gelmektedir. Türkçe’ de ise kadın anlamında kullanılan hatun kelimesinin kökeni ‘katun’ dur ve bu kelime saf olmayan anlamına gelmektedir (Adaçay, 2014: 4).

Kadına ve erkeğe yüklenen roller, sorumluluklar, toplumsal cinsiyet denilen kavramı oluşturur. Kadınlık ve erkeklik; toplumsal olarak oluşturulan ve sonradan da öğrenilebilen kalıplardır. Bu kalıplar yaşanılan çevreye, ailenin durumuna, ekonomik ve sosyal hayata bağlı olarak şekillenir. Dolayısıyla evrensel bir kadın ya da erkek tanımı yapmak, bu kavramları tüm dünyada geçerliliği kabul edilecek kalıplara sığdırmak neredeyse imkânsızdır. Bu nedenle toplumsal cinsiyeti; kadının erkek karşısında ezilmesi veya kadın sorunları şeklinde basite indirgemek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. İnsan doğasının her iki cinsin özelliklerini de taşıyabilen androjen bir yapıda olduğu varsayılmaktadır. Bütün bireyler, anne ve babalarından aldıkları genetik mirasla dünyaya gelirler ve hem erkek hem de kadınların fiziksel ve karakteristik özelliklerine sahip olurlar. Bu yaklaşım cinsiyet ayrımının yalnızca biyolojik olarak var olduğunu, bu durumun ekonomik, siyasi ve sosyal açıdan herhangi bir önem arz etmediğini vurgular. Dolayısıyla bireyler kadın veya erkek oluşlarına göre değil bireysel açıdan kişisel özellikleriyle değerlendirilmelidir (Afşar ve Doğanalp, 2016: 295).

Toplumsal yaşamda kadın ve erkeğe biçilen rollerin keskin çizgilerle ayrıldığını, bu rollerin sınırlarının alt kültür tarafından çizildiğini biliyoruz. İçinde yaşadığımız

toplum ve ait olduğumuz kültürün yanı sıra ideolojiler de toplumsal cinsiyet üzerine farklı görüşler ortaya koymuşlardır.

Tablo 2.1: İdeolojilerin Toplumsal Cinsiyete İlişkin Bakış Açıları

İdeoloji	Toplumsal Cinsiyete İlişkin Görüşler
Liberal İdeoloji	<ul style="list-style-type: none"> • Erkek ve kadınlar arasındaki farklılıklar yalnızca özel ve kişisel alanda önemlidir. • Kamusal ve siyasi hayatta tüm bireyler insan olarak görülür, toplumsal cinsiyet etnik ya da sosyal sınıf gibi bir kategoriye dâhil edilememektedir. Bireysellik ancak “toplumsal cinsiyet körlüğü” ile sağlanabilir.
Muhafazakâr İdeoloji	<ul style="list-style-type: none"> • Toplumsal cinsiyet ayrımının sosyal ve siyasi önemine vurgu yaparlar. • Erkek ve kadın arasındaki işle ilgili cinsiyet ayrımı doğal ve kaçınılmazdır. • Toplumsal cinsiyet topluma organik ve hiyerarşik özellik katan faktörlerden biridir.
Sosyalist İdeoloji	<ul style="list-style-type: none"> • Liberallerle benzer olarak toplumsal cinsiyeti siyasi açıdan önemli bir kategori olarak nitelendirirler. • Toplumsal cinsiyet ayrımı, genelde derin ekonomik eşitsizlikleri yansıttığı için ve bu eşitsizlikler üzerinden toplumsal cinsiyet tartışmaları devam ettirildiği için büyük önem taşımaktadır.
Faşist İdeoloji	<ul style="list-style-type: none"> • Toplumsal cinsiyet insanlık içindeki temel bir ayrım olarak görülmektedir. Erkekler doğal olarak liderlik ve karar vermeyi tekellerinde tutarlarken, kadınlar tamamen evcil, destekleyici ve ikincil bir role uygun görülmektedirler.
Feminist İdeoloji	<ul style="list-style-type: none"> • Toplumsal cinsiyeti biyolojik ve değiştirilemez cinsiyet ayrımlarının aksine kültürel ve siyasi bir ayrım olarak nitelendirmektedir. Bu doğrultuda toplumsal cinsiyet erkek ve kadına ait özellikler ve hassasiyetlerle cinsler arasındaki psiko-biyolojik bir uçurumu yansıtmaktadır.
Dini Fundamentalist İdeoloji	<ul style="list-style-type: none"> • Toplumsal cinsiyet Allah vergisi bir ayrım olarak kabul edilmektedir. Bu durum sosyal ve siyasi örgütlenme için gerekli bir özelliktir. Ataerkil yapılar ve erkeklerin liderliği doğal karşılanan ve istenilen bir durumdur.

Kaynak: (Afşar ve Doğanalp, 2016: 299)

Tabloda da görüldüğü üzere ideolojiler, kendi mantaliteleri etrafında kadın ve erkeğe ilişkin roller belirleyerek toplumsal cinsiyet konusunda bir perspektif oluşturmuşlardır. Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkeği biyolojik cinsiyet üzerinden değil sosyokültürel açıdan tanımlar ve toplum içinde kadına ve erkeğe atfedilen rolleri anlatır. Biyolojik cinsiyet doğuştan gelen bir özellik olduğundan değiştirilemez ancak toplumsal cinsiyet bir alt kültür ürünü olduğundan değiştirilebilir. Kadına toplumsal yapı içinde uygun görülen en önemli rol anneliktir. Bu rol onun ev dışına çıkamamasına neden olurken, erkeğin ev dışındaki kamusal alanlarda faaliyet göstermesi, eşit olmayan bir iş bölümü ve ardından erkeğin egemen olduğu bir toplumsal yapı oluşmasına neden olur (Kaypak, 2014: 345).

Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama çabaları Cumhuriyetle beraber başlamıştır. 1923’ te Cumhuriyetin ilanıyla beraber yapılan devrimler devleti refah seviyeye ulaştırmayı hedeflerken aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin de önüne geçmeye çalışmıştır. Örneğin; Tevhid-i Tedrisat Kanunu ile birlikte ikili eğitim sistemine son verilmiş ve eğitim tek bir sistem altında toplanarak kadın erkek eşitliği sağlanmaya çalışılmıştır. Yine 1926 yılında Türk Medeni Kanunu ile kadının sosyal hayatında çeşitli düzenlemeler yapılarak kadınlara temel haklar verilmiştir. Kadınların siyasal haklardan yararlanma süreçlerine bakıldığında Türk kadınının dünya ülkelerindeki diğer kadınların büyük çoğunluğundan önce bu haklara sahip olduğunu söyleyebiliriz. 1930 yılında ilk kez yerel yönetimlerde seçme ve seçilme hakkına sahip olan Türk kadını, 5 Aralık 1934 tarihinden itibaren ise (henüz birçok Avrupalı devlette kadınlara seçme ve seçilme hakkının verilmediği bir dönemde) milletvekili seçme ve seçilme hakkına sahip olmuştur. Cumhuriyet döneminde yapılan bu düzenlemeler ile kadınların elde ettiği kazanımlar, evrensel ölçütlerle değerlendirildiğinde asla küçümsenmeyecek önemli ve örnek nitelikli dönüşümlerdir. Bu reformların temelinde ise kadınların kamusal alana girmeleri ve erkeklerle birlikte kalkınma sürecine katılmaları yer almaktadır (KSGM, 2008:13).

Ülkemiz, Anayasa ve ilgili mevzuatlarla kadın-erkek eşitliğini güvence altına almış, bunun yanı sıra Birleşmiş Milletler, Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW) başta olmak üzere, Çocuk Hakları Sözleşmesi, Avrupa Sosyal Şartı, OECD, ILO, AGİK gibi kuruluşların karar, sözleşme, ve

tavsiyeleri, Kahire Dünya Nüfus ve Kalkınma Konferansı Eylem Planı, 4. Dünya Kadın Konferansı Eylem Planı ve Pekin Deklarasyonu ve Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde ulusal mevzuatına aktarması gereken kadın-erkek eşitliği ile ilgili AB direktifleri doğrultusunda politikalar geliştirmeyi, yasal düzenlemeler yapmayı ve bu yasaları uygulamaya geçirmeyi taahhüt etmiştir (KSGM, 2008: 13).

Dünyada ve ülkemizde yapılan çeşitli yasal düzenlemelerle kadınlar azımsanamayacak kadar sahip olmadıkları hakka kavuşmuştur. Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak amacıyla kadınlara verilen haklar, toplumsal alanda kadınların da yer almalarına, siyasi alanda söz sahibi olmalarına ve en önemlisi kendilerini bir birey olarak hissetmelerine katkı sağlasa da yine de tam anlamıyla bir eşitlikten söz edilemez. Günümüzde hala kadınların, kamusal alanda ve kalkınma sürecindeki payları erkeklere oranla oldukça düşüktür. Kadınların dünya nüfusunun neredeyse yarısını oluşturduklarını düşünecek olursak kadınların ekonomik hayatta yer almamaları önemli bir iş gücü kaybı anlamına gelecektir. Çalışmamızın bu bölümüne kadar feminist hareketten ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden bahsedilmiştir. Söz konusu eşitsizliğin sayısal verilerle daha anlaşılır olması açısından sonraki bölümde istatistikî bilgilerle çalışmamız somut verilerle desteklenecektir.

2.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN TANIMI VE ÖNEMİ

Girişimcilik, son yıllara doğru gelindikçe gelişen ve yaygınlaşan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alan yalnızca erkeklerin ilgisini çekmekle kalmamakta aynı zamanda kadınların da ilgi alanını oluşturmaktadır. Kadın girişimciliği konusunda literatürde çeşitli tanımlar bulunmakla birlikte, kadın girişimci (Ecevit, 2007: 17); “evlerinin dışında, kendi adına bir işletme kuran, bu işletmede çalıştırdığı kişilerle ya da tek başına çalışan veya ortaklık kuran, iş ile ilgili çeşitli kurumlarla irtibat halinde olan ve bu işlerin takibini yapan, kurduğu iş yerinin tüm risklerini üstlenen, elde ettiği kazancı kullanma konusunda dilediği gibi hareket eden kadındır” şeklinde tanımlanabilir.

İşletmeyi kuran ve devamlılığı sağlayan kadın girişimci, aynı zamanda bizzat karar verme merciinin kendisidir. Girişimci kadınların, girişimci olmayanlardan farkı işte tam da burada ortaya çıkmaktadır. Kendi işinde neyi, nasıl yapacağına kendisi karar

veren girişimci kadın hem karı hem zararı göz önünde bulundurmamak zorundadır. Çalışma yaşamındaki kaybettikleri ve kazandıkları doğrudan veya dolaylı olarak kariyerini belirleyeceğinden, kariyer gelişiminden de kendisi sorumlu olacaktır. Kadın girişimci; sermaye sahibi, bir işletme kuran, inovasyon yaratan, tek başına ya da çalışanlarıyla emek sarf eden, kriz yönetebilen, çözümcü, cesur ve en önemlisi özgüven sahibi kadındır. Literatürde de kadın girişimci tipleri dört sınıfa ayrılmıştır:

Tablo 2.2: Kadın Girişimci Tipleri

Kadın Girişimci Tipi	Özellikleri	Girişim Alanları
Geleneksel Girişimci	Girişimcilik ideallerini yerine getirirken aynı zamanda geleneksel cinsiyet rollerini de ihmal etmeden yerine getirir.	Konuk evi işletmeciliği, sekreterlik, bakım ajansı, restoran, yemek fabrikası, kuaför salonu v.b.
Yenilikçi Girişimci	Geleneksel rolden ziyade girişimci role önem veren ve işini büyütmeyi ilk hedef olarak gören girişimcidir.	Yükseköğretim mezunu kadınların istihdam edildiği alanlar, pazar araştırmaları, reklam, halkla ilişkiler ve basın.
Evcimen Girişimci	Yenilikçi girişimcinin aksine geleneksel rolünü girişimci rolünden daha önemli olduğunu düşünen ve girişimciliği asıl işi olarak görmeyen girişimcilerdir.	Uzun vadeli, küçük ölçekli işler yaparlar ve daha çok evde üretilebilen ürünlerin ticaretiyle uğraşırlar.
Radikal Girişimci	İş hayatında kadınların da aktif rol almalarını sağlamaya çalışan ve yaptığı işlerle bu amaca hizmet eden girişimcidir.	Basın, yayın, perakende, satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat işleri.

Kaynak: (Mutlu, 2015: 20)

Kadınlar homojen bir grup değildir bu yüzden de birçok faktörden etkilenen farklı kadın girişimci tipleri mevcuttur. Dolayısıyla da yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere farklı faktörlere dayalı kadın tipolojisi ortaya çıkmıştır.

Kadın girişimciliğinin tanımını yapılırken iş kadını ile kadın girişimci kavramlarının çoğu zaman birbiri yerine kullanıldığını görmekteyiz. Bu durum kavram karmaşası ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Girişimci kişi kadın da olsa erkek de olsa kendi işini yapan kişidir. Kendi işini kendi yapan kadın girişimcilerin bazı ortak noktaları da bulunmaktadır (Alpay, 2012: 22):

- İşini sevmek,
- İnovasyon yaratmak,
- Cesur ve yenilikçi olmak,

- Fırsatları değerlendirmek,
- Vizyon sahibi olmak,
- Kriz yönetebilmek,
- Özgüven sahibi olmak.

Çeşitli özelliklere sahip girişimci kadınlar, girişimcilikte de farklı alanlara yönelmeyi tercih etmişlerdir. TÜİK verilerine baktığımızda 2012 (bu konuda TÜİK' in daha güncel bir verisine ulaşamamıştır) yılında toplamda 94 bin işveren kadının % 78,7'si hizmetler, % 12,8'i sanayi ve % 8,5'i de tarım sektöründe faaliyetini sürdürmektedir (Keskin, 2014: 79).

Literatürde yer alan kadın girişimciliği tanımları incelendiğinde farklı tanımların bulunduğu görülmektedir. Ancak yaratıcılık, kendi işini yapma, kararları hızlı bir şekilde alabilme, yeni fikirlere açık olma, risk alabilme, kendi kendinin patronu olma gibi birçok ortak paydada bir araya gelmektedirler. Dolayısıyla girişimci tanımına “kadın” sıfatının/ön ekinin dâhil edilmesiyle, kadın girişimciliği kavramının çerçevesini oluşturmak mümkündür. Kendi mesleğini icra eden kadınlar, girişimci olarak kabul edilmemektedir (avukat, eczacı, doktor vb). Bunun sebebi girişimciliğin, üretim faktörlerini cesaretle bir araya getirme, kar veya zararı göze alma anlamına geliyor olmasıdır. Kendi mesleğini yapan kadınlar eğitimini gördükleri alanlarda çalışmaktadırlar (Özdevecioğlu ve Çelik,2000;488). Bu nedenle, bu çalışmada kendi mesleğini yapan/icra eden kadınlar, girişimci olarak değerlendirilmeyecektir.

Bir toplumda kadın girişimciliğinin gelişmesi yalnızca ekonomik değer açısından önemli olmayıp, aynı zamanda söz konusu toplumun sosyo-kültürel değişimi gelişimi açısından da büyük önem arz etmektedir. Bu anlamda, pozitif ayrımcılık yapılarak kadın girişimciliği daha fazla teşvik edilse de kadın girişimciliği hala istenilen düzeyde değildir (Mutlu, 2015:12).

Kadınlar dünya nüfusunun yaklaşık olarak yarısını oluşturmalarına rağmen hemen hemen her alanda iş gücüne katılımları erkeklere oranla daha düşüktür. Tüm dünyada kadınlara yönelik yapılan pozitif ayrımcılıklar ve onları işgücüne dâhil etme çabalarına karşın kadınların girişimcilik alanında hala düşük seviyede olmasının önüne geçilememiştir. Oysa bir toplumun gerek ekonomik gerekse sosyokültürel gelişimi için

kadınların da ekonomik hayatta yer almaları oldukça önemlidir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ve nüfusunun yarısı kadınlardan oluşan ülkelerde, kadınların ekonomik hayattan yoksun bırakılması ekonominin de önemli derecede bir iş gücünden yoksun kalması anlamına gelmektedir.

2.4. KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ

Kadınları girişimci olmaya yönlendiren kuşkusuz çok sayıda neden bulunmaktadır. Bu nedenlerin bazıları ortak olsa da toplumdan topluma farklılık da gösterebilir. Kadınların girişimci olma nedenleri incelendiğinde iten ve çeken faktörlerin etkin rol oynadığını görmekteyiz. İten faktörler arasında genellikle olumsuz koşullar yer alırken çeken faktörler içerisinde olumlu koşulları barındırır.

2.4.1. İten Nedenler

Kadınları kendi işlerini kurmaya iten faktörler; ülke ekonomisinden kaynaklı işsizlik sorunu, çalışma şartlarının kadınlara uygun olmaması, cam tavan sendromu, kadının boşanması, aile içi problemler, kadın ve erkekler arasındaki adil olmayan çalışma koşulları ve gelir eşitsizliği, aile ekonomisinin güçsüzlüğü, taciz ya da mobing gibi nedenlerdir.

2.4.2. Çeken Nedenler

Kadınları kendi işlerini kurmaya çeken nedenler arasında, kendini gerçekleştirme arzusu, yeni iş alanları, kadının toplumdaki geri kalmışlığının verdiği kendini ispatlama isteği, üzerindeki toplumsal baskıdan sıyrılarak hayallerini gerçekleştirme arzusu, hırs, deneyim, yaşam standartlarını yükseltme arzusu, başarıya ve bağımsız olma isteği ve esnek çalışma saatleri, bağımsızlığını kazanma, kendi ayaklarının üstünde durma, kendi işinin patronu olma, ekonomik bağımsızlık kazanma, sosyalleşme gibi faktörler arasında yer almaktadır. Kısacası, kadın girişimcilerin, girişim kararını verme ve iş kurma nedenleri incelendiğinde, iten ve çeken faktörlerin önemli bir rol oynadığı söylenebilir (Mutlu, 2015: 32).

Yapılan çalışmalarda kadınların girişimci olma nedenlerinde, çeken faktörlerin iten faktörlerden daha fazla olduğu görülmüştür (Kirkwood, 2009: 346). Yine kadınların ve erkeklerin girişimcilik motivasyonlarını analiz eden bir çalışmada, kadınların daha

fazla bağımsızlık için motive oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kadınların erkeklerden daha fazla çocukları için motive oldukları da tespit edilmiştir (Kirkwood, 2009:346). Kadınlar kendi işlerini kurarak ekonomik açıdan güçlenerek, yaşam standartlarını yükseltir, kendilerine olan güvenlerini geliştirir, başarıma hissini yaşar, sosyal faaliyetlerde bulunur, liderlik niteliklerini geliştirir, topluma ilişkin sorunlara çözümler üretir, ailede ve toplumda karar verme kapasitesine sahip olur. Bu sebeplerden dolayı girişimcilik, kadınlara çekici gelmektedir (Vinay ve Singh, 2015: 49).

Kadınları girişimciyi olmaya çeken faktörler gönüllülük esasına dayalı olduğundan iten nedenlere göre kadınlarda daha fazla motivasyon ve buna bağlı olarak da daha fazla başarı görülür. Kendi işini kuran kadınların esnek çalışma saatlerine sahip olması önemli bir avantajdır. Ev ve iş yerindeki sorumluluklarını yerine getirirken dengeyi kendi arzusuna göre kurabilir. Bu anlamda ücretli çalışmak yerine kendi iş yerini kuran kadınlar zamanlarını da yönetebildikleri için girişimciliği tercih etmektedirler. Araştırmacılar kadınların girişimci olmalarında kendilerini motive eden iki temel etkenden söz değinmişlerdir. Bunlardan ilki, toplumsal cinsiyet bağlamında geleneksel ev ve annelik rolleri nedeniyle esnek çalışma koşullarıdır. İkincisi de maddi kazançtan çok, bireysel gelişim, bağımsızlık, kendini ispat etme, sosyal hayatta daha çok yer almadır. Bu iki etkende de toplumların kültürel değerleri önemi büyüktür. Girişimci ruhun ortaya çıkmasında bireylerin yaşadıkları çevre ve sahip oldukları manevi değerlerin önemli bir etken olduklarını söylemek mümkündür (Mutlu, 2015: 36).

Kadınlardan aile içerisinde öncelikli olarak annelik görevlerini yerine getirmeleri yönündeki beklentiler, kadınların girişimci olmalarının önünde engel teşkil etmektedir. Kadınların iş yaşamına girmeleriyle birlikte çocuklarını ihmal edebilecekleri algısı, anneliğin yanı sıra girişimcilik sıfatının/rolünün de fizyolojik manada kadını olumsuz etkileyeceği düşüncesi ve kimi toplumlarda kadına sadece ev işleri ve çocukla ilgilenme misyonunun verilerek kadınların sindirilmesi, kadınların girişimci olma eğilimlerinin önüne set çekmektedir (Alisbah Tuskan, 2012: 446). Bu nedendir ki cinsiyet eşitsizliğinin giderilerek kadınların iş dünyasında etkin rol almaları sağlanmalıdır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği kadınların girişimcilik konusunda da erkeklere göre dezavantajlı olmasına neden olmaktadır. Bu nedenle kadın girişimcilerle

erkek girişimcilerin karşılaştırılmasının çalışmanın daha faydalı olması açısından gerekli olacağı düşüncesiyle bu bölümde kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılması yapılacaktır.

2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN GELİŞİMİ

Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan ve ekonomik kalkınmaya katkıları açısından önemi oldukça büyük olan kadın girişimciliğinin gelişimi bu bölümde Dünya’da ve Türkiye’de kadın girişimciliği olmak üzere iki başlık altında incelenecektir.

2.5.1. Dünya’ da Kadın Girişimciliğinin Gelişimi

Kadın girişimciliğinin dünyadaki seyrini anlayabilmek için öncelikle kadınların tarihsel süreç içerisindeki sosyal statülerini gözden geçirmek faydalı olacaktır. Zira kadın girişimciliği eski çağlardan günümüze miras kalan bir olgu değildir. Kadın mücadelesinin ve kadın girişimciliğinin ortaya çıkma safhası, bu çalışmanın hacmini aşacağından bu başlık altında mümkün olduğunca tezin içeriğine uygun kısa bilgi ve yorumlara yer verilecektir.

İlkel topluluklarda toplumsal eşitsizliklerin yanı sıra ekonomik ve siyasal eşitsizliklerin de olmadığını ifade eden Şenel, bunun sebebinin şöyle açıklamaktadır: “Çünkü geçim alanında (öteki koşulları oluştuğunda eşitsizliği yaratıp besleyebilecek) “üretim” yoktu. Ve “emeğin verimliliği”, emekçiyi doyurmaktan öte bir “artı” üretilip, birilerini ötekilerden varsıl edecek düzeye ulaşmamıştı. Geçim biçimi, doğadaki hazır besinlere el koymak olan toplayıcılık ve avcılık idi” (Şenel, 2006: 137). Bu yoruma göre, insanların “topluluk” durumundan “toplum” durumuna geçişiyle birlikte kadın ve erkek arasındaki eşitsizlik durumu da ortaya çıkmaya başlamıştır denebilir. İlkel topluluklarda, özellikle göçebe yaşam tarzının da etkisiyle erkekler avcılık ve toplayıcılık işlerinde mesai harcarken, kadınlar da çocuk bakımı, çanak- çömlek yapımı gibi işlerle ilgilenmişlerdir. Yerleşik hayata geçilmeye başlanmasıyla birlikte ise kadın ve erkek arasındaki fiziksel farklılıklardan kaynaklı işbölümü daha da belirginleşmeye başlamış; kadın zamanını daha çok ev işleri, yemek, çocuk bakımı, giyecek yapımı gibi işlerle meşgul olurken erkekler ise tarım, balıkçılık gibi işlerle meşgul olmuşlardır. Tabiata hâkim olma arzusu ve bunun getirdiği mücadele anlayışı savaflara neden olmuş,

bu durum ise fiziksel güç farkını ortaya çıkararak kadın ve erkeğin toplum içerisindeki statüsünü değiştirmiştir. Böylece kadının statüsü evle ilişkilendirilmiş ve erkek egemen toplum yapısının meydana gelme süreci ortaya çıkmıştır. Bu gelişme, kadının aileyle anlam kazanmaya başlayan sosyal pozisyonuna arka çıkarak kökleştirilmiştir. Kadın, bundan böyle ilkin aile anası olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Bingöl, 2014: 110).

Göçebelikten yerleşik hayata geçişle başlayan ve 10. yüzyıla kadar devam eden dönem, kölelik dönemi olarak isimlendirilmektedir. Ataerkil toplumsal düzenin varlığını sürdürdüğü bu dönemde, işgücü ihtiyacı erkek ve kadın ayrımı (cinsiyet ayrımı) yapılmaksızın köleler tarafından karşılanmıştır (Kadıoğlu, 2001: 26-27). 10. ve 15. yüzyıllar arasında kırdan kentlere göçün artması özellikle Avrupa’da sosyal, siyasal ve ekonomik ilişkileri toprakla örtüştüren ve ortaçağda yaşam tarzını belirleyen feodalitenin (Çetin, 2007: 7) ortaya çıkmasına neden olmuştur. Feodal dönemde kadınlar, tarım alanlarında çalışarak, üretim faaliyetlerine katkıda bulunmuşlardır. Bunun yanı sıra bahsi geçen dönemde zanaat alanında yaşanan gelişmeler, loncalara verilen önemin artmasını ve sanayinin bazı dallarında kadınların çalıştırılmasını sağlamıştır. Loncalarda çalışma imkânı bulan kadınlar, erkeklerle aynı işi yapsalar bile erkeklerden daha az ücret almışlardır (Dalkıranoglu, 2006: 20).

18. yüzyılda orta sınıf kadınların evlerine ve çocuklarına bakmaları gerektiği anlayışının hâkim olduğuna dikkat çeken Galindo ve diğerleri, bu durumun alt sınıf kadınların statülerinde farklılık gösterdiğini, alt sınıf ailelerde erkeklerin maaşlarının evi geçindirmek için yeterli olmadığından kadınların zorunlu olarak işgücü piyasasına katıldıklarının altını çizmişlerdir (Galindo & Ribeiro, 2012: 10). Ancak kadınlar işgücü piyasasına katılımı o günlerde bile eleştirilmiştir. Zira bahsi geçen dönemde kadınların işgücü piyasasına katılımı, ailenin huzurunu yok edecek bir eylem olarak görülmüştür. Bu durumda erkekler/kocalar işgücü piyasasına katılarak evin yiyecek- giyecek gibi ihtiyaçlarını karşılamalı; kadınlar ise evin genel işleriyle ve çocuklarla ilgilenmeliydi. Nitekim John Ruskin’in 1865 yılında yayımlanan klasik eseri “*Susam ve Zambaklar*” (*Sesame and Lilies*) adlı eserinde bile kadınların yaşamlarını, kocalarını mutlu etmeye adanmaları gerektiği teması işlenmektedir (Ruskin, 2016). Kısacası kadınlar 18. yüzyıla kadar genel manada kendilerine verilmiş olan sosyal statüleri gereği işgücü piyasasında yeterince yer bulamamış; girişimci olmak bir yana, işçi olmaları bile yadırganır hale

gelmiştir. Sanayi devrimiyle birlikte kadınların işgücü piyasasına katılımında ciddi bir artış görülmüştür. Ancak kadınlar, aynı işi yaptıkları erkeklerden daha düşük ücretler almış (Levi, 1885: 51), böylece dönemin toplumsal aklı (erkek egemen anlayışı) kadın girişimciliğinin gelişiminde en büyük engel olarak yerini korumuştur. Zira “kadın ne kadar çalışırsa çalışsın, erkekle aynı ücreti alamaz; çünkü yaradılışı gereği kadındır” anlayışı o dönemde de hâkimdir.

Kadının evde oturması, çocuklara bakması ve kocalarını mutlu etmesinden öteye geçmeyen erkek egemen anlayışın değişime uğraması 20. yüzyılda değişmeye başlayacaktır. Özellikle I. Dünya Savaşı, kadın mücadelesinin ekonomik yanına ilişkin önemli sonuçlar doğurmuştur. Çünkü I. Dünya Savaşı'na kadar cephe gerisi olarak nitelendirilen savaştan görece uzak yerlerde güvende olduğu düşünülen kadınlar, savaşın topyekunluğuna, yıkılcılığına ve süresine denk bir biçimde savaşa dâhil olmuşlardır. Öyle ki, erkeklerin savaş meydanlarını doldurduğu bu dönemde kadınların da cephelerin, savaş ekonomisinin ihtiyaçlarını karşılamak adına fabrikaları doldurmuşlar ve o günlere değin erkeğe içkin olduğu düşünülen alanlarda çalışmışlardır (Afşar ve Doğanalp, 2016: 71). Ancak kadınların iş gücü piyasasına dâhil oluşlarını yalnızca savaş hali ve savaş ekonomisi ile açıklamak noksan bir anlayışa tekabül edecektir. Zira sanayi devrimiyle birlikte makineleşmenin de yaygınlaşması ile iş gücü arzındaki cinsiyet ve yaş gibi farklılıklar eskiye nazaran önemini kaybetmiş, bu durum ise kadın emeğinin işgücü piyasasına katılım oranını artırmıştır. Buna rağmen kadınların statülerindeki değişiklik ülkeden ülkeye farklılık göstermiştir. Modern sanayinin gelişmesine bağıntılı olarak sermaye nezdinde cinsiyet temelli farklılığın ortadan kalkması erkek emeğinin yerini kadın emeğinin almasını sağlamışsa da (Marx ve Engels, 2013: 31) kadın emeğinin ücretlendirilmesi eve dair yerleşikleşmiş hiyerarşiyi kırıncı bir etki yaratmamıştır (Afşar ve Doğanalp, 2016: 74).

Kadının ekonomik hayatın içinde geçmişe nazaran daha fazla yer alması, siyasi taleplerinin artmasını da sağlamış ve bu taleplerin zamanla kazanımlara dönmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Kadınlar ancak siyasi taleplerinin gerçekleşmeye başlamasıyla birlikte erkek egemen anlayışın yerleşikleşmiş kalıplarını kırmaya başlayabileceklerdir. Bu ise özellikle 1970'li yıllardan itibaren feminizm akımının güçlenmesi, küreselleşmenin dünyayı bir “küresel köy”e çevirmesi, Sovyetler

Birliği'nin dağılmasıyla birlikte liberal demokrasinin “Tarihin Sonu” (Fukuyama, 2016) olarak ilan edilmesi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle m¼mk¼n olabilecektir.

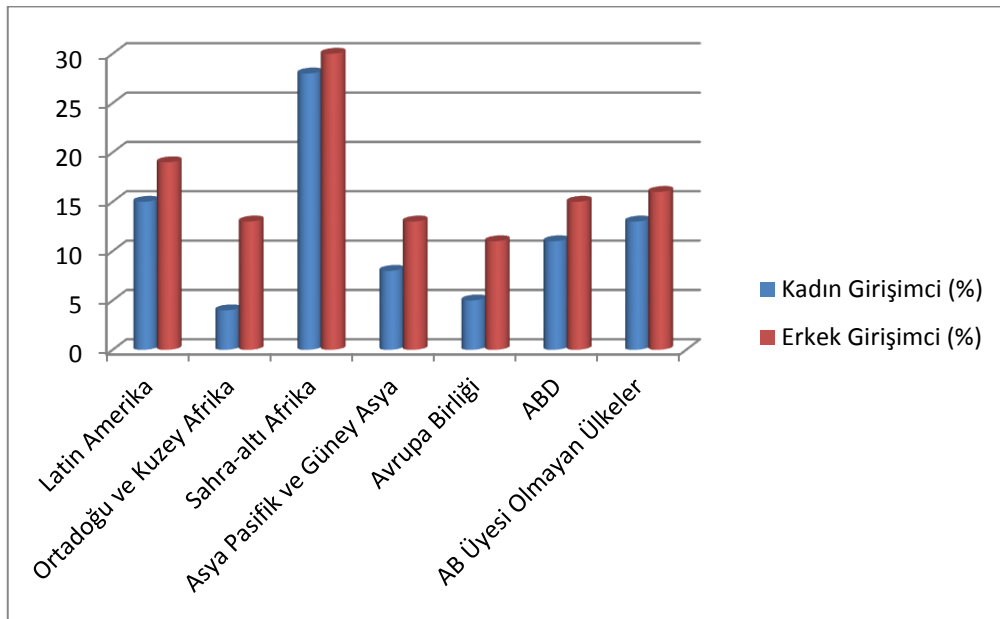
Buraya kadar g¼r¼ld¼đ¼ üzere daha çok kadın girişimciliğinden çok kadının iş g¼c¼ne katılımının bir ¼zeti yapılmıştır. ¼nk¼ yakın d¼neme kadar d¼nya genelinde kadın girişimciliğine dair ¼nemli gelişmeler yaşanmamış; daha çok kadının kendi varlığını ortaya koyma m¼cadelesi verilmiştir. Bunun sonucu olarak da d¼nya n¼fusunun neredeyse yarısının kadın olmasına karşın girişimcilik alanında kadın oranı erkeklerle eşit seviyelerde değildir.

Kadın girişimciliğinin d¼nyadaki gelişimini bilimsel veriler işığında ele almak amacıyla yapılan literat¼r taramasında, 2000’li yıllar ¼ncesinde sistematik verilere ulaşmanın pek m¼mk¼n olmadığını belirtmek gerekir. Buna karşın 1999 yılından itibaren her yıl d¼zenli olarak “Global Entrepreneurship Monitor” tarafından hazırlanan raporlar, kadın girişimciliğinin d¼nyadaki yeri ve ¼nemini ortaya koymamız için ¼nemli bir veri sağlamaktadır. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Birleşmiş Milletler, D¼nya Ekonomik Forumu, D¼nya Bankası ve Ekonomik işbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) gibi ¼nemli uluslararası kuruluşlar için ¼zel veri setleri, ¼zel raporlar ve uzman g¼r¼ř¼ sağlayan girişimcilik konusunda g¼venilir bir kaynaktır (www.gemconsortium.org). GEM raporları ¼zerinden d¼nyadaki kadın girişimciliğinin inceleneceği bu b¼l¼mde çalışmanın hacmini genişletmemek ve m¼mk¼n olduğunca yakın tarihli verileri kullanmak için 2012- 2017 yılları arasında çıkan raporlar tablolaştırılıp analiz edilecektir.

GEM’in 2012 yılı raporunun (www.gemconsortium.org) kadın girişimciliğiyle ilgili b¼l¼mde incelenen ¼lkeler d¼nyanın yedi farklı b¼lgesinde tasniflendirilmiştir. Bu b¼lgeler sırasıyla Latin Amerika, Ortadoğu ve Kuzey Afrika, Sahra-altı Afrika, Asya Pasifik ve G¼ney Asya, Avrupa Birliği, ABD ve Avrupa Birliği (AB) ¼yesi Olmayan ¼lkeler’den oluşmaktadır. Rapora g¼re Latin Amerika’daki kadın girişimci oranı %15 iken; erkek girişimci oranı % 19’dur. Ortadoğu ve Kuzey Afrika’daki kadın girişimci oranı %4 iken; erkek girişimcilerde bu oran % 13 civarındadır. Sahra-altı Afrika ¼lkelerinde girişimci oranları y¼ksek seviyelerde g¼r¼nmektedir. Buna g¼re kadın girişimci oranı %28 iken; erkek girişimci oranı % 30’dur. Asya Pasifik ve G¼ney

Asya'da ise kadın girişimci oranı % 8; erkek girişimci oranı ise %13 civarındadır. Avrupa Birliğinde kadın girişimci oranı % 5; erkek girişimci oranı % 11'dir. ABD ve Avrupa Birliğinde olmayan ülkelerin oranı ise birbirine yakındır. ABD'de kadın girişimci oranı % 11; erkek girişimci oranı % 15'tir. AB üyesi olmayan ülkelerde kadın girişimci oranı % 13 iken; erkek girişimcilerde bu oran % 16'dır.

Tablo 2.3: GEM 2012 Raporu'na Göre Dünyada Kadın Girişimciliği Oranları

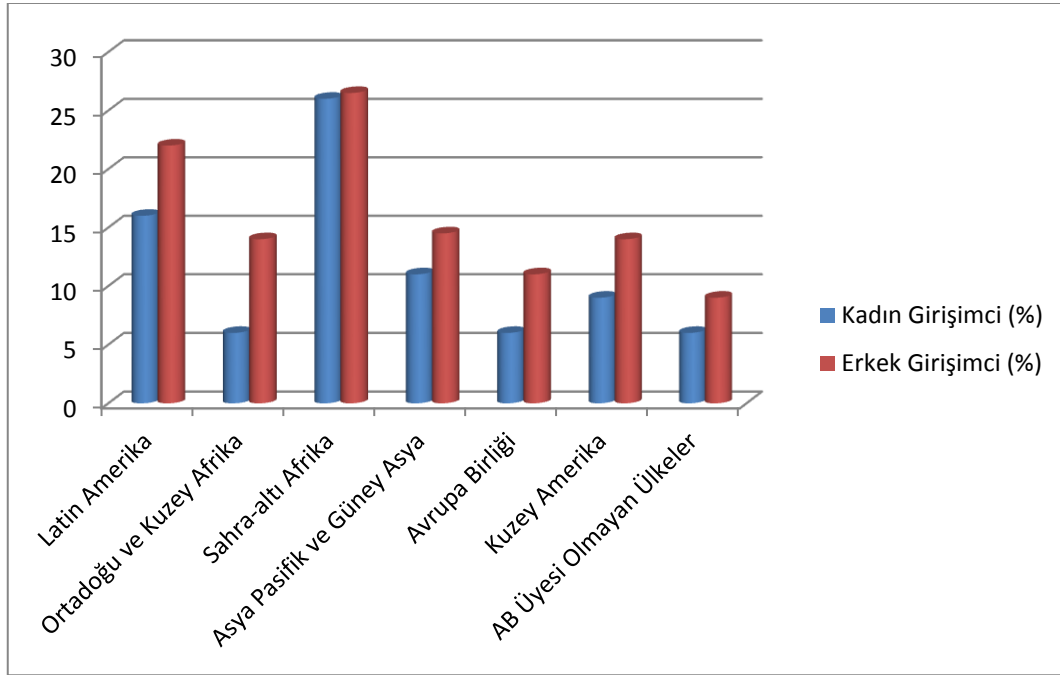


Kaynak: GEM 2012. (www.gemconsortium.org).

GEM' in 2013 yılında yayımlanan raporu (www.gemconsortium.org) incelendiğinde tıpkı 2012 raporundaki gibi 7 bölge halinde kadın ve erkek girişimci oranlarının verildiği görülmektedir. Rapora göre Latin Amerika'daki kadın girişimci oranı %16 iken; erkek girişimci oranı % 22'dir. Bu oranlara göre kadın girişimci oranı bir önceki yıla göre bir puan artış göstermiştir. Ortadoğu ve Kuzey Afrika'daki kadın girişimci oranı % 6 iken; erkek girişimcilerde bu oran % 14 civarındadır. Buna göre Ortadoğu'da kadın girişimci oranı bir önceki yıla göre iki puan artış göstermiştir. Sahra-altı Afrika ülkelerinde kadın girişimci oranı % 26 iken; erkek girişimci oranı % 26,5'tir. Asya Pasifik ve Güney Asya'da ise kadın girişimci oranı % 11; erkek girişimci oranı ise % 14,5 civarındadır. Buna göre kadın girişimci oranı bu bölgede 3 puan artış göstermiştir. Avrupa Birliğinde kadın girişimci oranı % 6; erkek girişimci oranı % 11'dir (Kadın girişimcilerde bir puan artış söz konusu). Kuzey Amerika'da kadın

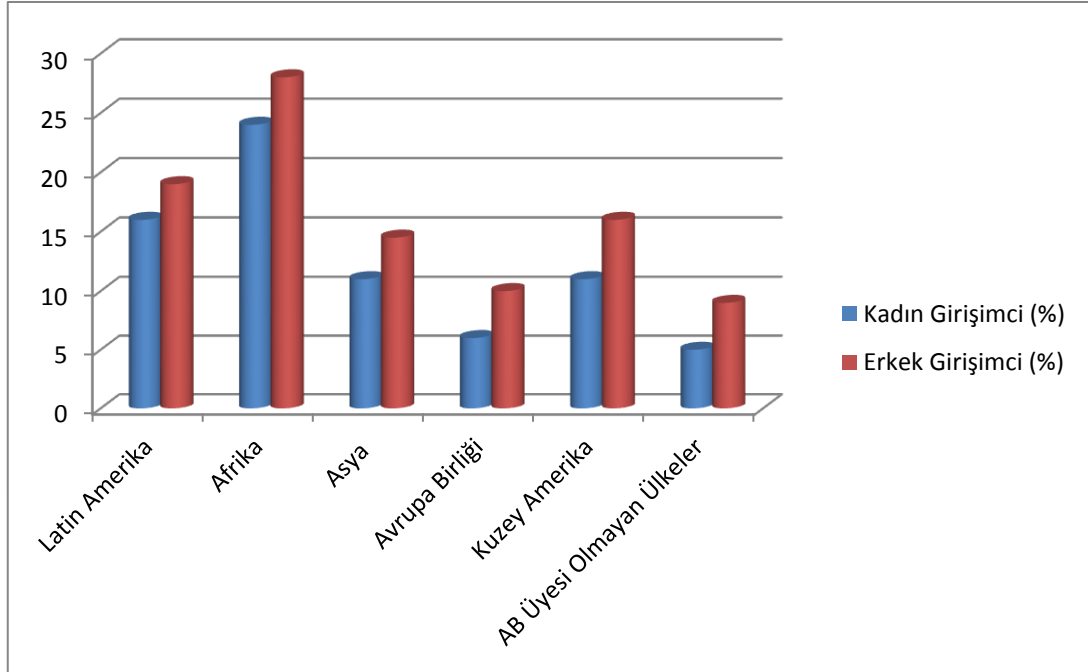
girişimci oranı % 9; erkek girişimci oranı % 14'tir. AB üyesi olmayan ülkelerde kadın girişimci oranı % 6 iken; erkek girişimcilerde bu oran % 9'dur. Burada da kadın girişimci oranında yedi puanlık bir düşüş söz konusudur.

Tablo 2.4: GEM 2013 Raporu'na Göre Dünyada Kadın Girişimciliği Oranları



Kaynak: GEM 2013. (www.gemconsortium.org).

GEM' in 2014 yılında yayımlanan raporunda (www.gemconsortium.org) bölge sayısı 6'ya düşürülmüş, böylece 6 bölgede kadın ve erkek girişimci oranları incelenmiştir. Rapora göre Latin Amerika'daki kadın girişimci oranı önceki yılki oranın ayısı olarak (%16) kalmış, erkek girişimci oranı % 19'a düşmüştür. Afrika ülkelerinde kadın girişimci oranı % 24 iken, erkek girişimci oranı % 28 olarak görülmüştür. Asya'da kadın girişimci oranı % 11; erkek girişimci oranı ise % 14,5 civarındadır. Avrupa Birliğinde kadın girişimci oranı % 6; erkek girişimci oranı % 10'dur. Kuzey Amerika'da kadın girişimci oranı % 11; erkek girişimci oranı % 16'dır. AB üyesi olmayan ülkelerde kadın girişimci oranı % 5 iken; erkek girişimcilerde bu oran % 8'dir. Burada da kadın girişimci oranında geçen yıla göre bir puanlık bir düşüş söz konusudur.

Tablo 2.5: GEM 2014 Raporu'na Göre Dünyada Kadın Girişimciliği Oranları

Kaynak: GEM 2014. (www.gemconsortium.org).

GEM'in 2015- 2016 yıllarını ele alan raporunda (www.gemconsortium.org) kadın girişimcilere daha az vurgu yapıldığı ve daha önceki raporlardaki metodlardan farklı olarak bölgesel bazda kadın- erkek girişimcilerin oranları verilmediği anlaşılmaktadır. Ancak yine de kadın girişimcilerin sayısının artış gösterdiği ve her 4 girişimciden birinin artık kadın olduğu belirtilmiştir (www.gemconsortium.org). Özellikle kişi başına düşen milli gelirin düşük olduğu ülkelerde kadınların ev ihtiyaçlarını karşılama, okul masraflarını karşılama, aileyi doyurma gibi çeşitli yükümlülüklerin altına girerek ekstradan para kazanarak aile ekonomisine katkıda bulunmak için girişimciliğe yöneldiklerine yer verilmiştir (www.gemconsortium.org). Raporunda kadın girişimcilik oranının en yüksek olduğu Afrika ülkesi olarak Senegal gösterilmiş; buna göre Senegal'de kadınların % 37' sinin iş hayatına atıldığı belirtilmiştir. Öte yandan Fas, Bulgaristan, İtalya ve Malezya'da kadın girişimci oranlarının % 3'ün altında olduğuna dikkat çekilmiştir. Bu oranlar göz önüne bulundurulduğunda Senegal'deki kadınların ekonomik koşulların olumsuzluğundan dolayıyla girişimci olarak iş hayatına girdikleri yorumu yapılabilir. Vietnam, Filipinler, Tayland, Peru ve Endonezya'da kadın girişimci oranlarının erkeklerle eşit ya da erkeklerden daha fazla olduğu da aynı raporda yer almıştır. Genel olarak bakıldığında

kadın girişimci oranlarının artış olduğuna dikkat çekilmekteyse de, bu oranların daha çok gelişmekte ya da gelişmemiş olan ülkelerde daha yüksek olduğu görülmektedir. Zira bahsi geçen ülkelerde oranlar her ne kadar yüksek olsa da bunun ekonomik karşılığı gelişmiş ülkelerdeki kadın girişimcilerin ekonomik güçleriyle ölçülemeyecek bir farka sahiptir.

Kadın girişimcilerin oranlarının dünya genelinde erkeklere nazaran daha düşük olmasının arkasında yatan sebepler genel olarak birbirine benzemektedir. Bu konuda Birleşmiş Milletler Endüstriyel Gelişim Örgütü (UNIDO)'nün gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciler üzerine yaptığı bir araştırmada son derece çarpıcı sonuçlar yer alıyor. Buna göre (<https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/soylesiler/dunyadan-kadina-tesvik>):

- Gelişmekte olan ülkeler arasında daha iyi konumda olan Türkiye'de girişimci kadınların % 67'si üniversite eğitime sahip. Kadın girişimcilerin % 41'i ise kredi bulmakta zorlanıyor.

- Gelişmekte olan ülkelere 100 milyonun üzerinde kadın pek çok farklı sektörde çalışıyor.

- Her ne kadar bu kadınların çoğu girişimci olarak nitelense de, kendilerine yetmekte ve ailelerini desteklemekte zorlanıyorlar.

- Kadın girişimcilerin en büyük ihtiyacı kendilerine destek olacak fonlar ve krediler. Ancak, gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik koşullar bunu her zaman olanaklı kılmıyor.

- Kadınların aile içi sorumlulukları gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere başarılı girişimciler olmalarının önünde engel teşkil ediyor. Çocuk, ev ve aile bireylerinin yükü kadının tüm enerjisini işine yöneltmemesine neden oluyor.

- Kadınların girişimci ruhlarının daha fazla öne çıkabilmesi için geleneksel değerlerin ve cinsiyet ayrımının bir an önce ortadan kalkması gerekiyor.

- Gelişmekte olan ülkelere kadınların eğitim seviyeleri düşük ve teknolojik gelişmeleri izleme olanağı bulamıyorlar.

Kadınlara biçilen toplumsal rol, statü, geleneksel bakış açısı- yaşam tarzı yakıştırması ve girişimcilik konusunda karşılaştıkları zorluklar göz önünde alındığında, kadın girişimcilerin dünya genelinde % 17 (www.dunya.com) gibi bir oranda oldukları düşünüldüğünde, bu oranın azımsanamayacak bir oran olduğunu da kabul etmek gerekir.

2.5.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi

Türk kadını, tarihte her zaman ayrıcalıklı bir yere sahip olmuştur. İslamiyet’in kabulünden önce kadın ve erkekler sosyal olarak benzer yapıdalar. Kadınlar da erkekler gibi at biner, ok atar, kılıç kullanır ve göçebe yaşamın gerekliliği olarak savaşçı ruhlu olurlardı. Türk toplumu, yerleşik yaşama geçiş ve İslamiyet’in kabulünden sonra Bizans ve Arap kültürünün etkisi altında kalmıştır. Arapların kadınlara değer vermemesi, onları arka planda tutması, sosyal hayatta kadınlara yer vermemesi ve iş hayatında aktif rol almalarının engellenmesi İslamiyeti kabul eden Türk toplumunu da etkilemiştir. Kadınların ekonomik sistemdeki rolleri bu dönemde ne yazık ki sınırlandırılmıştır. Osmanlı döneminde ise ticaret Yahudi, Rum ve Ermenilerin elindeydi. Türkler askerlik, bürokratik, ulemalık, tarım ve hayvancılıkla uğraşırlardı. Dolayısıyla Osmanlıda yalnızca kadınlar değil erkekler de ticarete gelişim gösterememiştir. Toplum geleneksel bir yapıya sahip olduğu için, kadınlar daha çok ev ile özdeşleştirilmiş ve kadın haklarının düzenlenmesine gerek duyulmadığından bu alanda herhangi bir adım da atılmamıştır. Fakat kadınların annelik ve ev işlerinin yanında, toprak işlerinde de çalışması, gıda, halıcılık, dokuma gibi alanlarda faaliyet göstermesi çok eskilere dayanmaktadır. Türkiye’de kadın hareketi ilk kez, Tanzimat döneminde başlamış, II. Meşrutiyet döneminde örgütlü bir güç haline gelmiş, Cumhuriyet döneminde ivme kazanmıştır (Göçmenler, 2008: 21).

Türkiye’de kadınların emek piyasasına girişi ekonomideki gelişmelerle beraber değil, 1915 Balkan Savaşı sırasında orduya katılan erkeklerin iş gücündeki azalmayı kadınların kapatmaya çalışmasıyla başlamıştır. Bu durum 1. Dünya Savaşı, İstiklal Savaşı ve 2. Dünya Savaşı ile giderek artış göstermiştir (Berber ve Eser,2008:3). Günümüzde kadınların girişimci olmalarının önünde yasal açıdan herhangi bir engel bulunmamaktadır. 1990 yılına kadar kadının çalışması ya da kendine ait bir iş yeri açabilmesi için “koca izni” şartını sağlaması gerekiyordu. Ancak bu şart 1990 yılında

Anayasa Mahkemesince kanun önünde eşitlik ilkesine aykırı olması gerekçesiyle kaldırılmıştır. Bu gelişmelerin devamında kadınlara yönelik yapılan çeşitli pozitif ayrımcılıklar neticesinde kadın girişimciliği artış göstermiş olsa da bu artış ciddi bir oranda olmamakla beraber 1990'lı yıllara kadar kadın girişimciliği konusunda yapılan çalışmaların sayısı oldukça azdır. 1990'ların başında kadın girişimciliğini teşvik, daha ziyade, beşeri, finansal ve sosyal sermayeye sahip kadınların kendilerine iş kurabilmelerine destek manasında kullanılmaktaydı. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) kadın girişimciliğini, kadının yaratıcı bir fikri ile sürdürülebilir, uzun dönemli bir iş planı dâhilinde, sermaye ile fikrin birleştiği yeni bir işletme kurma süreci olarak tanımlamaktadır. 1990'ların ikinci yarısından itibaren sivil toplum kuruluşlarının, çalışmak isteyen ancak iş bulamayan kadınların taleplerini göz önüne alarak başlattıkları gelir getirici faaliyetler ve projeler de kadın girişimciliği faaliyetleri olarak bahsedilmeye başlanmıştır (Özyılmaz, 2016: 27).

Türkiye' de kadın istihdamını arttırmak için çalışmalar yapılması 1993 yılında gündeme getirilmiştir fakat bunun gerçekleşmesi Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000) ile olmuştur. Devam eden yıllarda da kadın istihdamını arttırmak için hem kalkınma planlarında bu konuya yer verilmiş hem de kadınların hukuki ve sosyal haklarında düzenlemeler yapılarak kadın-erkek eşitliği sağlanmaya çalışılmıştır (Sallan Gül ve Altındal: 2016: 7). 1990'lı yıllardan sonra özellikle 2000'li yıllarda, siyasal, ekonomik ve toplumsal gerçeklerle girişimciliğin yaygınlaştırılması, geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yeterliliklerinin sağlanması yönündeki eğilimler ve bunları destekleyici uygulamalar giderek yoğunluk kazanmıştır (Güldaval, 2016: 136).

Crunchbase' in 2017 yılının Nisan ayında yayınladığı bir rapora göre dünyada kadın girişimcilerin oranı %17 civarındadır. Türkiye' de ise bu oran %15 civarındadır ki bu dünya ortalamasının iki puan gerisinde olduğumuzu göstermektedir. 2017' de ülkemizdeki 71 girişimin yalnızca 15'inde kadın girişimciler bulunmaktadır. Oran %21 gibi düşük bir rakam olsa da kadınların bulunduğu girişim alanları oldukça çeşitlidir (Ünsal, 2017). Kadın girişimciliğinin son yıllarda artış gösterdiği ve yoğunluk kazandığı bir gerçektir. Bu yoğunluğun kazanılmasında kamu kurumlarının ve sivil toplum örgütlerinin kadınlara girişimci olmaları yönünde verdikleri desteklerin önemli ölçüde katkısı olmuştur. Çalışmamızın bu bölümünde kadın girişimcilere destek veren kurum

ve kuruluşlara da kısaca değinerek kadın girişimciliğinin gelişmesine sağladıkları faydadan bahsedeceğiz.

2.6. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLERE VERİLEN DESTEKLER

2.6.1.Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB):

Yaşamın idame ettirilmesi açısından en temel nokta olan ekonomik ve sosyal ihtiyaçların giderilmesinde küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin bu alanda daha etkin olmalarını sağlamak, piyasada daha iyi rekabet edebilmelerini sağlamak, ekonomik gelişmelere uyum göstermelerini sağlamak amacıyla 20 Nisan 1990 tarihinde kurulmuştur. KOSGEB'in kadınlara yönelik yaptığı pozitif ayrımcılıkla kadın girişimcilere verdikleri destek ve çeşitli teşviklerle, kadın girişimcilerin sermaye bulmasında kolaylık sağlayarak kadın girişimci oranlarının artmasında önemli payı olmuştur. Yeni kurulacak bir işletmede, kuruluş aşamasında yapılan harcamalar, materyal, makine, teçhizat alımı için yapılan ödemeler ve işletme giderleri KOSGEB desteği ile 50.000 TL hibe, 100.000 TL de faizsiz kredi verilerek girişimcilere destek verilmektedir. Verilen bu destekte %60 oranında hibe verilmektedir. Bu oranda hibeden yararlanabilmek için KOSGEB'in uygulamış olduğu Uygulamalı Girişimcilik Eğitime katılarak bu eğitimi tamamlamak gerekmektedir. Yapılan pozitif ayrımcılık da tam olarak bu noktada ortaya çıkmaktadır. Erkekler % 60 oranında hibeden faydalanırken kadınlar % 10 daha fazla yani % 70 oranında hibeden faydalanmaktadır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse kadın girişimci, yaptığı 10.000 TL harcamanın 7.000 TL kadarını geri almaktadır. Dolayısıyla sermaye bulmada güçlüklerle karşılaşan kadınlar KOSGEB'den aldıkları destekle girişimci olma yolundaki bu engeli rahatlıkla aşabilmektedirler (www.incgirisim.com.tr).

2.6.2.Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER):

2002 yılının Eylül ayında 37 kadın girişimci tarafından kurulan ve bir sivil toplum örgütü olan KAGİDER ülke genelinde faaliyet göstermektedir. KAGİDER, girişimci olmak isteyen ya da girişimcilik yolunda ilerleyen kadınlara çeşitli kurslarla eğitim vererek onları iş hayatına hazır kılmak, girişimci kadın sayısını arttırmak gibi amaçlarla hareket eden bu kuruluş pek çok proje ve çalışmalar yapmıştır.“2004 yılında

Girişimci Bilinci Seminerleri” ile kendi işini kurmak isteyen kadınlara eğitimler verildi. KAGİDER’ in Mardin ve çevresindeki kadınların sosyal ve ekonomik alanda gelişmelerini sağlayabilmek ve bölgesel farklılıkları en aza indirmek adına sosyal sorumluluk projesi olarak ortaya koydukları “Kadından Kadına Köprü” projesi Dünya Bankası’nın düzenlediği bir yarışmada dereceye girerek ödül almıştır. Yine KAGİDER, “İşimi Kuruyorum” projesiyle girişimci kadınlara, piyasa, mevzuat, pazarlama vb konularda eğitimler vermiştir. Ayrıca 2007 yılından bu yana “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması” düzenleyerek kadınların girişimci ruhlarını açığa çıkarmak ve başarılı kadın girişimcileri tanıtarak diğer kadınlar için rol model yaratılması amaçlanmıştır (KAGİDER 2015-2017 Faaliyet Raporu:17).

2.6.3.Kredi Garanti Fonu (KGF):

KGF, 1991 yılında KOBİ’lerin sermaye sağlamasına yardımcı olmak amacıyla kurulmuştur. Kendi işini kurmuş veya kuracak olan kadın girişimciler için “KGF Teminatlı Kadın Girişimci Kredi Paketi” oluşturulmuştur (KGF 2017 Faaliyet Raporu: 22). Bu paket ile girişimci kadınlara;

- Faiz oranlarında indirim, uzun vadede geri ödeme imkânı ve ödemesiz dönem seçeneği,
- Gayri-nakdi kredi,
- Altı ay boyunca Bankacılık İşlemleri Masraf Paketi,
- Hediye KOBİ Mutlu Kadınlar Sigortası,
- Ücretsiz Eğitim ve Danışmanlık Hizmeti gibi hizmetler sağlayarak girişimci kadınları teşvik ederek kendi işini kurmak isteyen kadınları cesaretlendirmektedir (www.halkbankkobi.com.tr).

2.6.4. Bankalar:

Girişimcilerin finansal destek sağlamalarına önemli ölçüde katkı sağlayan bankalar, kadın girişimciler için de çeşitli paketler sunarak ve kredi imkânı sağlayarak nakit sorununa ilişkin çözüm üretmeye çalışmıştır. Örneğin; Vakıfbank kadın girişimcilere fon sağlamak amacıyla özel destek kredisi vermektedir. Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası’nın (EBRD) kadın girişimciler için ayırmış olduğu 30.000.000 dolarlık fondan da belli şartları sağlayan kadınlar Vakıfbank aracılığıyla faydalanabilmektedir. Finansbank, “Kadın Girişimcileri Destekliyoruz” sloganıyla

kadın girişimcilere teminatsız kredi imkânı sağlamaktadır. EBRD' nin vermiş olduğu 50.000.000 Euro fonu da kadın girişimciler için kullanmaktadır. Kadın girişimciler için ayrılan fon ve kredilerin yanı sıra kadınlara çeşitli eğitimler verilerek de desteklenmektedir. Garanti Bankası, kadın girişimcilerin desteklenmesi amacıyla faiz oranlarında indirimler yapılmaktadır. Yine KGF ile yapılan anlaşma sonucunda kadın girişimcilere oldukça ayrıcalıklı krediler verilmektedir. Ziraat Bankası, Hazine Destekli Kredi Garanti Fonu (KGF) kapsamında kadın girişimcilere destek olmak amacıyla düşük faizli kredi, EFT, havale ve virman gibi konularda masrafsız bankacılık uygulaması sağlamaktadır. Halkbank, kadın girişimcileri desteklemek amacıyla KOSGEB ile “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” şeklinde protokol imzalamışlardır. Bu protokol sonucunda da 100.000 TL'ye kadar kredi hizmeti verdikleri ve bunun da 30.000 TL'si hibe, 70.000 TL'si de 2 yıl geri ödemeli şeklindedir. Halkbank, bu desteklemeyi sosyal sorumluluk olarak görmektedir (www.paratic.com).

Sonuç olarak Türkiye'de çok eskilere dayanan kadın girişimciliği toplumda kadın ve erkeğin eşit haklara sahip olmaması, kadına biçilen roller, ataerkil toplum yapısı, kadının sermaye bulmada güçlüklerle karşılaşması gibi nedenlerle kadın girişimciliğinin gelişimi yakın tarihe kalmıştır. Özellikle 2000'li yıllardan sonra kadın girişimcilere verilen desteğin artırılması, kadınların girişimci olma konusunda cesaretlendirilmesi ve kadınlara girişimcilik eğitimleri verilmesi için birçok kurum ile birlikte bankalar da harekete geçmiştir. Çalışmamızın hacmini arttırmamak amacıyla kadın girişimcilere destek veren tüm kurumlar yerine belli başlı kurumlara yer verilmiştir. Bunların dışında, TOBB, İŞGEM, İş Bankası, Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) gibi kurumlar ile çeşitli dernek ve vakıflar da kadın girişimcilere azımsanamayacak ölçüde destekte bulunmaktadır. Ülke ekonomisinin gelişmesi, istihdama katkı sağlanması ve sosyal hayatta eşitliğin sağlanmasında oldukça önemli bir yere sahip olan kadınların devlet ve sivil toplum kuruluşlarınca tüm imkânların seferber edilerek desteklenmesi gerekmektedir.

2.7. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Ekonomik kalkınma, istihdamın sağlanması ve işsizliğin çözüme kavuşturulması gibi konularda girişimciliğin en önemli faaliyetlerden olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Dolayısıyla girişimcilik alanında kadınların teşvik edilmesi, cesaretlendirilmesi, gerekli kredi desteği ile sermaye bulmanın kolaylaştırılması gibi desteklerle kadın girişimci sayısının artırılması ülke ekonomisi için elzemdir. Kadın girişimciler, kendileri ve istihdam ettikleri kişiler için iş olanağı sunmaktadırlar. Etkin kadın girişimcilerin yaratılması, geleceğin iş dünyasının yapılandırılmasında özel olarak yerel ekonomilerin kalkınmasında, genel olarak ise ülke ekonomisinin kalkınmasında büyük önem arz etmektedir (Öztürk ve Aslan, 2016:6).

TÜİK' ten alınan verilere göre Türkiye'de 2017 yılında erkek nüfusu 40 milyon 535 bin 135 kişi iken kadın nüfusu 40 milyon 275 bin 390 kişidir. Yani nüfusun % 50,2 si erkek iken kadın oranı % 48,2'dir. İş gücüne katılım oranlarına bakıldığında ise erkeklerde işgücüne katılım oranı % 72 iken ülke nüfusunun yarısını oluşturan kadınlarda ise bu oran % 32,5 görülmektedir. Nüfus açısından kadın erkek sayısı neredeyse eşitken işgücünde kadın oranının düşük olması kadınların erkeklere oranla daha fazla sorunla mücadele içinde olmaları ve toplumda daha fazla sorumluluk üstlenmeleri ile açıklanabilir. Ülkemizde kadınların girişimci olma süreçlerinde karşılaştıkları sorunlar dört başlık altında incelenecektir.

2.7.1.Eğitim

Ülkemizdeki mevcut eğitim sistemi kadınları girişimciliğe yönlendirecek nitelikte değildir. Girişimci olamayan kadınlar doğal olarak klasik işlere ve rollere eğilim göstermektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğitimi alamayan kadınlar bu alanda kendilerini geliştirmek için yine kendi tecrübelerinden faydalanmaktadır (Gökalp, 2008: 24). Mesleki eğitimler, bireylere bilgi ve beceri kazandırır ve mesleki anlamda onları destekler. Kadınların mesleki eğitim açısından bakıldığında da kalfalık, ustalık gibi eğitimleri erkeklere oranla daha az aldıkları görülmektedir. Bundan dolayı kendi işini kuran kadınlar, materyal kullanımında, hammadde temininde güçlüklerle karşılaşmaktadırlar(Arıkan, 2002: 47).

Eğitimli kadınların çalışma konusunda daha kararlı oldukları görülmektedir. Eğitim düzeyi ile iş bulma seçeneklerinin paralel olarak artış gösterdiği düşünüldüğünde

işgücüne katılım oranının arttırılabilmesi için kadınların da mutlaka eğitim düzeylerinin arttırılması gerekmektedir (KGSM, 2009: 24). TÜİK 2016 verilerine göre örgün veya yaygın eğitime katılım oranı erkeklerde %26,6 iken kadınlarda bu oran 18,9 dur. Okullaşma oranı her ne kadar yıldan yıla artış gösterse de Türkiye’de kadınların eğitim düzeyleri hala istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Kadınların büyük çoğunluğunun ilkokul ve lise düzeyinde eğitim aldıkları ve bu düzeyin ötesine geçemedikleri görülmektedir (Toksöz, 2007: 14). Kadınlarda işgücüne katılım oranları aldıkları eğitimle paralellik göstermektedir.

Tablo 2.6: Eğitim Durumlarına Göre İşgücüne Katılım Oranları (2017)

15+ Yaş	Toplam	Erkek	Kadın
Toplam	53,7	73,5	34,3
Okur-Yazar Olmayanlar	19,2	32,5	16,5
Lise Altı Eğitimliler	50,0	70,8	28,6
Lise	55,5	72,9	34,2
Mesleki veya Teknik Lise	66,4	81,9	41,9
Yükseköğretim	80,1	82,9	73,1

Kaynak: TÜİK 2017. (www.tuik.gov.tr)

Girişimci olma sürecinin her aşamasında ve elbette girişimci olduktan sonra da eğitim, başarılı bir iş hayatı için hem kadınlar hem de erkekler açısından elzemdir. Girişimci kişiler, aldıkları örgün eğitimin yanı sıra pazarlama, finans, müşteri ilişkileri, kriz yönetimi, stratejik planlama gibi mesleki ve teknik eğitime de ihtiyaç duyarlar. Dolayısıyla okullarda temel dersler ile birlikte girişim derslerinin verilmesi iş kurma süreçlerinde ve sonrasında girişimciler -özellikle de kadın girişimciler- için oldukça önemlidir.

2.7.2.Sosyo-Kültürel Ortam

Geleneksel toplumlarda bireylere daha küçük yaşlarda nasıl olmaları gerektiğiyle ilgili dayatmalar yapılır ve toplum tarafından bireylerin biyolojik cinsiyetlerine göre role bürünmeleri beklenir. Ülkemiz de her ne kadar gelişmekte olan ülkeler arasında yer alsa da sahip olduğu geleneksel yapı kadınların toplumsal açıdan erkeklerden bir adım geride kalmalarına neden olmuştur. Erkeğin aile reisi kadının ise evinin kadını, çocuklarının annesi olarak nitelendirilmesi gelişen toplumlarda bile tam olarak son bulmamıştır (Erdun, 2011: 36). Geleneksel toplumlarda kadının yeri evi

olarak görülmekte iş gücüne katılmak isteyen kadınlar çoğunlukla destek bulamamaktadır. İş hayatına giren ya da girmek için girişimde bulunan kadınlar ev ile iş arasındaki dengeyi sağlayamama düşüncesiyle kendileri de genellikle çekimser tavır sergilemektedir. Bu çekimser tavrın ortadan kaldırılabilmesi için kadınların iş yaşamı ile ev yaşamını dengede tutmaları, en azından bu konuda cesaret göstermektedir. Dolayısıyla kadınlar girişimci olmak için erkeklerin karşılaştıkları sorunların yanı sıra bir de kadın olmanın doğurduğu sorunlarla başa çıkmaya çalışmaktadır. Bu durum kadının erkeklere oranla daha fazla çaba göstermesi, efor sarf etmesi ve emek vermesi anlamına gelmektedir. Ülkemizde yasal açıdan kadınların girişimci olmasını engelleyen yasal bir düzenleme yoktur. Buna karşın kadınlara yönelik kalıplaşmış düşünceler onların girişimcilik serüvenlerine engel olmaktadır. Bu anlamda girişimci olmak isteyen kadınların karşılaştıkları sosyo-kültürel sorunları şu şekilde sıralayabiliriz (Tekin, 2005: 330):

- Kadınların ev ve iş yaşamlarını dengede tutabilmeleri için teşvik ve desteklerden yoksun olmaları,
- İşverenlerin mevcut işlerde çalıştıracakları kişileri seçerken önceliği erkeklere vermeleri ve kadınların başarılı olamayacakları düşüncesi,
- Toplum tarafından kadının iş hayatına girmesine olumlu bakılmaması,
- Erkeğin aile reisi olduğu ve öncelikle çalışması gereken kişinin erkek olduğu gibi yanlış düşüncelerin varlığı.

Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi ülkemizde de kadınların duygusal bir varlık oldukları, akıl yerine duygularla hareket ettikleri, iyi bir yönetici olamayacakları, olayları çok boyutlu düşünemedikleri gibi yanlış bir düşünce vardır. Kadınların aksine erkeklerin ise serinkanlı oldukları, mantıklı hareket ettikleri, mal ve hizmet üretiminde kaynakları verimli şekilde kullandıkları düşünülür (Erdun, 2011: 33). Dolayısıyla kadınların iş yaşamında başarılı olamayacaklarını düşünen bir önyargı söz konusudur. Bu ön yargılar kadınların girişimci olma isteklerinin önünde bir tabu oluşturmaktadır. Tüm dünyada ve ülkemizde bu tabuları yıkan kadın sayısı da erkeklere oranla oldukça azdır.

Toplum tarafından kadınlara biçilen rolleri, kalıplaşmış önyargıları kısa süre içinde değiştirmek mümkün değildir. Toplum yapısı ile ilgili sorunlar eğitimde

yapılacak düzenlemelerle değiştirilebilir. Bu anlamda toplumun birçok kesimine görev düşmektedir. Bu roller, devletin kadın girişimciliğini destekleyen politikalar üretmesi ve kadın girişimcileri desteklemesi, kadınlara mesleki ve teknik eğitimlerin verilmesi, finansal destek sağlanması, kadının toplum içerisinde yalnızca eş ve anne olarak görmek yerine kadının sosyal ve ekonomik hayatta da varlığının kabul ettirilmesi için temel eğitimde toplumsal cinsiyet konularına yer verilmesi şeklinde sıralanabilir (Şekerler, 2006:127).

2.7.3.Ekonomik Sorunlar

Kendi işini kurmak isteyen kadınların karşılaştıkları başlıca sorunlardan biri de finans kaynağı sağlanmasıdır. Erkekler de finans kaynağı bulma da güçlük yaşayabilmektedir fakat kadınlar bu sorunla daha fazla yüzleşmektedir. Kadınlar finansal açıdan güvenilir olduklarını belgeleyemedikleri için borç veren kurumlarla sıkıntı yaşamaktadırlar. Borç veren kurumların aradığı tecrübe şartı, parasal konularda tecrübe sahibi olmamaları üretilen mal ve hizmet hakkında bilgi sahibi olmama gibi nedenlerle kadınlar, eşlerinden ya da işletme ortaklarından destek almak zorunda kalırlar ya da kendi birikimlerini kullanırlar (Soysal, 2010: 100).

Bir işletme kurulurken kaynak temin edilmesi, finansın sağlanması büyük önem taşır. Yapılan çalışmalara bakıldığında, erkek girişimciler hem kendi birikimlerini kullanmakta hem de kredi imkânlarından faydalanmaktadır. Kadınlar girişimciler ise ya kendi birikimlerini kullanmakta ya da ailelerinden aldıkları destekle işletmelerini kurmaktadır. Ülkemizde kadınların girişimcilik alanında yeterince yer almamalarının bir nedeni de sermayelerinin bulunmaması ve kredi bulmakta gösterecek teminatları olmadığı için zorluk yaşamalarıdır (Onay, 2013: 52). Sermaye ve kredi temininde zorluk yaşayan kadınlar, genellikle erkeklerden daha az sermaye ile girişimcilik faaliyetinde bulunurlar. Kadınların daha cesur adımlar atabilmesi için devlet ve bankalar tarafından kredi desteği sağlanarak kadınların girişimciliğe teşvik edilmesi gerekmektedir.

2.7.4.Bürokratik Sorunlar

Türkiye’de kadınların girişimci olmalarını engelleyen herhangi bir yasal düzenleme yoktur. Ancak yeni bir işletme kurmak için yapılması gereken bürokratik işlem sayısı oldukça fazla ve zaman alıcıdır. Vergi dairesi, belediye, ticaret ve esnaf

odası gibi kurumlarla tüm işlemler tamamlandıktan sonra işletme kurulmuş kabul edilir. Dolayısıyla kadınlar daha işletmeyi kurma aşamasında bile ciddi sorunlarla karşılaşabilmektedir. Bu yüzden devletin, kurum ve kuruluşların iş birliği içinde hareket ederek kadın girişimcilerin işlerini kolaylaştırmaları gerekmektedir. Bürokratik engeller yalnızca kadınların değil erkeklerin de yaşadığı sorunlardan biridir. TÜSİAD' ın yaptığı bir çalışmada bürokratik engeller karşılaşılan sorunların başlarında gelmektedir. Çalışmada yapılan ankete katılanların %90' ı bürokratların yeni kurulan işletmelere destek sağlama konusunda yetersiz olduklarını, %66' sını idari işlemlerin karmaşık ve zor olduğunu, %78' gerekli olan resmi belgelerin temininin uzun sürdüğünü söylemişlerdir. En fazla bürokratik engelle karşılaşılan kurumlar ise; devletin resmi kurumları, gümrükler, belediyeler ve devlet bankalarıdır. Yapılan ankete katılanların yalnızca %4' ü bürokratik engellerle karşılaşmadıklarını söylemişlerdir (TÜSİAD, 2002: 95).

Ayrıca geleneksel toplumun kadınlar hakkındaki kalıplaşmış değer yargıları, bilgi eksikliği, kadınların evdeki işlerden girişimcilik faaliyetine vakit bulamamaları, rol çatışması, aile tepkisi, tecrübesizlik gibi sorunlar da kadınların girişimci olma süreçlerinde karşılaştıkları diğer sorunlardır.

3.BÖLÜM

SİVAS İL MERKEZİNDE FAALİYET GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Çalışmamızın kuramsal bölümünde girişimcilik, kadın girişimciliği, girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar gibi konulara değinilmiş, girişimciliğin ve kadın girişimciliğinin tarihsel gelişimine de yer verilerek kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla kuramsal bölüm tamamlanmıştır. Bu bölüm ise araştırmanın amacı, önemi, kısıtları, örnekleme, anket verileri ve analizi ile ilgili bilgileri kapsamaktadır.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, Sivas ilinde faaliyet gösteren girişimci kadınların iş kurma süreçlerinde ve sonrasında yaşadıkları sorunları belirlemek ve araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen bulgularla konuya yeni bir bakış açısı getirmek, aynı zamanda girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Literatürde girişimcilik, özellikle son zamanlarda sıklıkla karşılaşılan bir kavram haline gelmiştir. Girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlarla baş etme yöntemleri geliştirmek ülkeler açısından ekonomik olduğu kadar sosyal açıdan da oldukça önemlidir.

Girişimciler, cinsiyetlerine göre karşılaştırıldığında kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla daha fazla sorunla karşılaştıkları görülmektedir. Kadınların, girişimci sorunlarının yanı sıra kadın olmalarından kaynaklanan sorunlarla da mücadele etmektedirler. Literatür taraması yapıldığında, Sivas ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin sosyolojik açıdan incelendiği ancak mevcut sorunlarla ilgili bir çalışma yapılmadığı görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışma, Sivas ilinde bulunan kadın girişimcilerin iş kurma süreçlerinde ve sonrasında karşılaştıkları sorunların incelenmesi açısından ilk olma özelliğini taşıdığı söylenebilir.

3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

İstatistiksel açıdan bakıldığında hipotez, bir tesadüfi değişkenin dağılımıyla ilgili yapılan varsayımdır (Kurtuluş, 1989:69). Hipotez, olaylar arasındaki ilişkiyi tespit etmek veya olayları bir nedene bağlamak için oluşturulan ve gerçek olarak kabul edilen varsayımdır. Hipotezlerin mutlaka sınanabilir olması gerekir. Null (Sıfır) hipotezleri genel olarak bir fark bulunmadığını iddia eder. Geleneksel olarak Null hipotezi ifade edilirken H_0 sembolü kullanılmaktadır. Null hipotezine karşılık alternatif bir varsayım muhakkak bulunmaktadır. Alternatif varsayım ise H_1 ile sembolize edilir. Araştırmanın amaçları çerçevesinde geliştirilen hipotezlerin istatistiksel tekniklerle analizi yapılacaktır. Geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H1: Kadın girişimcilerin yaş grubu değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Girişimci kadınların devletten beklentileri ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Girişimci kadınların sahip oldukları çocuk sayısı değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Girişimci kadınların medeni durum değişkeni ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Girişimci kadınların eşlerinin meslek durumu değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Girişimci kadınların işletmelerinin faaliyet süresi değişkeni ile devletten beklentileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Girişimci kadınların babalarının mesleği değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Girişimci kadınların annelerinin mesleği değişkeni ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9: Girişimci kadınların girişimci olmalarını etkileyen nedenler ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Girişimci kadınların eğitim durumları değişkeni ile devletten beklentileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.4. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Araştırma, yalnızca Sivas il merkezinde girişimcilik faaliyetinde bulunan kadın girişimcilerle sınırlıdır. Sivas ilinde kendi adına işletmesi bulunan ve bu işletmenin faaliyetlerini kendisi yürüten kadın girişimcilerin sayısı ile ilgili istatistiksel verilere ulaşılamaması, meslek odalarına kayıtlı olan kadın girişimci sayısının net olarak belirlenememesi ve işletmelerin resmi kayıtlarda çoğunlukla kadının üzerine görünmesi ancak gerçekte kadın tarafından işletilmemesi araştırmamızın kısıtlarındandır.

3.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.5.1. Anket Formunun Hazırlanması

Araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla hazırlanan anket formundaki soruların belirlenirken bu alanda daha önce yapılan çalışmalarla birlikte ilgili literatür dikkate alınmıştır. Örneğin; Esengül İplik; Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği (2012:150), Sabite Güleç; Kadın Girişimciliği- Karaman Örneği (2011:134), Emine Nihan Cici; Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma (2013:116-123), Esen Şahin; Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama (2006:110) tarafından belirlenen ve anket formu hazırlanırken göz önünde bulundurulması gereken unsurlara dikkat edilerek hazırlanmıştır.

3.5.2. Evren ve Örnek Seçimi

Araştırmanın evrenini Sivas il merkezinde kendi adına işletmesi olan kadın girişimciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme Sivas Ticaret ve Sanayi Odasına ve Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı kadın girişimciler araştırmaya dâhil edilmiştir. Sivas Barosuna kayıtlı avukatlık mesleğini yapan kadınlar, Sivas Eczacılar Odasına kayıtlı eczacılık mesleğini yapan kadınlar gibi eğitimini aldığı alanda kendi işletmesini kuran kadınlar çalışmamızda kadın girişimci olarak kabul edilmediğinden araştırmaya

dâhil edilmemiştir. Bu bağlamda araştırmanın örneklemini Sivas Ticaret ve Sanayi Odasında kaydı bulunan ve ulaşılabilen 130 kadın girişimci oluşturmaktadır. Girişimci kadınlardan 6 tanesi il dışında olduğundan dolayı kendilerine ulaşılamamış olup 124 kadın girişimci ile anket formları tamamlanmıştır. Oluşturulan anket formu Haziran 2018 tarihinden itibaren kadın girişimcilere doğrudan görüşme yöntemi kullanılarak ulaştırılmıştır.

3.5.3. Veri Toplama Yöntem ve Araçları

Araştırmanın amacı kapsamında elde edilmek istenen bilgilere, Sivas il merkezinde faaliyet gösteren kadın girişimcilere anket uygulanarak ulaşılmıştır. Ankete cevap veren kadın girişimcilerin adı, soyadı gibi kişisel bilgileri ve işletme adı, adresi ve telefon numarası gibi işletme ile ilgili bilgiler istenmemiştir. Ayrıca ankete cevap verenlerin yanıtlarının bilimsel bir amaca hizmet amacıyla kullanılıp herhangi bir yerde paylaşılmayacağı bildirilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılan girişimcilerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 13 farklı sorudan oluşan kişisel bilgilerin bulunduğu form oluşturulmuştur. Oluşturulan form ile kadın girişimcilerin, yaş, eğitim, medeni durum, çocuk sayısı, eşlerinin mesleği, baba ve anne mesleği, iş tecrübesi, aylık gelir, işletmenin faaliyet süresi, işletmenin hangi sektörde faaliyet gösterdiği, işletmede çalışan sayısı ve işletme ortağına ilişkin bilgi elde edilmeye çalışılmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünde “Girişimci olmanızda sizi etkileyen nedenlere ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkkı işaretleyiniz.” ve “İşinizi kurarken karşılaştığınız sorunlara ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkkı işaretleyiniz.” başlıkları altında kadınların girişimci olma nedenlerini ve bu süreçte karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla 20 adet 5’li likert tipi soru sorulmuştur. Anket formunun üçüncü bölümünde “Aşağıdaki kadın girişimciliği ile ilgili sorunlara ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkkı işaretleyiniz.” başlığı altında kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla 31 adet 5’li likert tipi soru sorulmuştur. Formun son bölümünde ise “Devletten işiniz ile ilgili beklentilerinize ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkkı işaretleyiniz.” başlığı altında 7

adet 5’li likert tipi soru sorulmuştur. Bu ölçeklerde kesinlikle katılmıyorum 1, katılmıyorum 2, kararsızım 3, katılıyorum 4, kesinlikle katılıyorum 5 puan olacak şekilde değerlendirilmiştir.

3.6. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ VE ANALİZİ

Değerlendirmeye alınan anket formlarına verilen cevaplar kodlanarak “SPSS (Statistical Package For Sciences-Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi) For Windows 23.0. Sürümü” ile analizi yapılmıştır. SPSS; istatistiksel verilerin girilerek analiz yapıldığı bir programdır. Bu program ile elde edilen verilerin istatistiksel analizi yapıldıktan sonra şekil ve tablolar kullanılarak açıklamalar yapılmıştır. Ulaşılan sonuçların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığı ve hipotezlerin doğrulanıp doğrulanmaması da değerlendirilmiştir. Verilerin analizinde Cronbach’s Alpha, Frekans Analizi, Friedman Testi, Chi-Square (χ^2 Testi), Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır.

Verilerin analizine başlamadan önce veri grubuna uygulanacak testlerin parametrik veya parametrik olmayan testler olduğunu belirlemek için verilere normallik testi yapılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygunluğu için “Tek Örnek Kolmogorov-Smirnov Testi” kullanılmıştır. Tüm veri grupları için ayrı ayrı hesaplanan test istatistiği için;

H₀: Verilerin dağılımı normal dağılıma uygundur.

H₁: Verilerin dağılımı normal dağılıma uygun değildir.

hipotezlerinin sınanması yapılmıştır. SPSS 23.0. sürümü ile hesaplanan test istatistiğinin $\text{sig}=0,000 < \alpha = 0,05$ olduğu görülmüştür. Bu durumda verilerin dağılımının normal dağılıma uygun olmadığına %5 önem seviyesinde karar verilmiştir.

Ankette 2. bölüm ve 4. bölüm sorularının altına “diğer” seçeneği de eklenerek araştırmaya daha farklı çıkarım ve yargılarda bulunarak katkı sağlanması amaçlanmıştır.

3.6.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi tutarlı ve doğru ölçme olarak tanımlanabilir. Bir ölçme aracıyla farklı zamanlarda elde edilen ve aynı nesnelere ilgili olan bir grup ölçümle ikinci grup ölçüm arasındaki tutarlılık eğilimine o aracın güvenilirliği denir.

Güvenilirliğin sağlanması için, ölçmemizin tutarlı ve duyarlı olması gerekmektedir. (Yozgat, 2001: 4). Ölçeklerin güvenilirliğinin sağlanması için çeşitli yöntemler kullanılır. Bunlar; “test-yeniden test”, “paralel test” ve “içsel tutarlılık” tır. Test-yeniden test yönteminde aynı anket formu aynı kişilere farklı zamanlarda ancak olabildiğince aynı şartlar altında uygulanır. İki test arasında korelasyon yüksekse ölçek tutarlı, değilse ölçek tutarsızdır. Paralel test yönteminde ise güvenilirlik tahmini için bir testin en az iki eş değer formunun geliştirilmiş olması gerekir. Paralel iki testin eşdeğer olabilmesi için, her iki test, içindeki maddelerin sayısı, niteliği ve ölçtükleri davranışlar bakımından birbirine denk olmalıdır (Yozgat,2001:5). İçsel tutarlılık yönteminde ise genellikle Cronbach Alpha olarak da belirtilen alfa katsayısıdır (Altunışık, vd, 2007: 114-115). Cronbach Alpha katsayısının bulunabileceği aralıklar ve ölçeğin güvenilirlik durumu şu şekildedir (Nakip, 2006: 145-148):

0.01 $<\alpha<0.20$ arasında bir değerse ölçek hiç güvenilir değildir,

0.21 $<\alpha< 0.40$ arasında bir değerse ölçek güvenilir değildir,

0.41 $<\alpha< 0.60$ arasında bir değerse ölçek nispeten güvenilirlerdir,

0.61 $<\alpha< 0,80$ arasında bir değerse ölçek güvenilirlerdir,

0,81 $<\alpha< 1,00$ arasında bir değerse ölçek çok güvenilirlerdir.

Bu araştırmada kullanılan “girişimci olmayı etkileyen nedenler”, “işletmenin kuruluşu sırasında karşılaşılan zorluklar”, “kadın girişimcilerin girişimcilikle ilgili sorunları” ve devletten beklentiler” ölçeklerinin güvenilirlik analizleri Cronbach Alpha katsayılarının ayrı ayrı hesaplanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Bu ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizleri aşağıda verilen tablodaki gibidir.

Tablo 3.1: Kadın Girişimcilere Uygulanan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha Katsayısı
Girişimci Olma Nedenleri	10	0,787
İş Kurarken Karşılaşılan Zorluklar	10	0,838
Girişimcilikle İlgili Sorunlar	31	0,753
Devletten Beklentiler	7	0,836

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere Cronbach Alpha değerleri itibariyle “Girişimci Olma Nedenleri” ile Girişimcilikle İlgili Sorunlar” ölçeklerinde alpha değeri 0.7’ nin üzerinde çıkmıştır. Bu sonuç iki ölçeğin de iç tutarlılık için güvenilir olduğunu göstermektedir. “İş Kurarken Karşılaşılan Zorluklar” ile “Devletten Beklentiler” ölçeklerinde ise alpha değeri 0,8’in üzerinde çıkmıştır. Bu değer, iki ölçeğin iç tutarlılık için çok güvenilir olduğu sonucuna varılmaktadır. Sonuç olarak, Cronbach Alpha değerleri, Sivas ilinde gerçekleştirilen anket uygulaması ile tutarlı sonuçlar elde edildiği sonucunu ortaya koymaktadır.

3.7. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen verilerin analizlerinden ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

3.7.1. Örnekleme İlişkin Genel Bulgular

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaş gruplarına göre dağılımı Tablo 3.2’de görülmektedir.

Tablo 3.2: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımları

Yaş	Sayı	Yüzde
18-25	1	0,8
26-35	35	28,2
36-45	51	41,1
46-55	35	28,2
56 ve üzeri	2	1,6
Toplam	124	100,0

Tablo 3.2’ de görüldüğü üzere kadın girişimcilere uygulanan ankete katılanların %41,1’i 36-45 yaş aralığındadır. Bu yaş aralığını %28,2 ile eşit orana sahip olan 26-35 yaş aralığı ve 46-55 yaş aralığı takip etmektedir. Yine tabloya göre %0,8’i 18-25 yaş aralığında, %1,6’sı da 56 yaşın üzerindedir. Bu bilgilere dayanarak ankete katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun genç yaş grubunda olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 3.3: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

Eğitim	Sayı	Yüzde
Okuryazar	3	2,4
İlköğretim	21	16,9
Lise	58	46,8
Lisans	40	32,3
Lisans Üstü	2	1,6
Toplam	124	100,0

Ankete katılan kadın girişimcilerin eğitim durumlarına bakıldığında, %46,8 oranı ile çoğunluğun lise mezunlarından oluştuğunu söylenebilir. Devamında ise %32,8 ile lisans mezunları yer almaktadır. Buradan lisans mezunu kadın girişimcilerin sayısının azımsanamayacak ölçüde olduğu görülmektedir. İlköğretim mezunu olan kadın girişimcilerin oranı %16,9'dur. Yalnızca okuma yazma bilenlerin oranı %2,4 iken lisansüstü eğitim alanların oranı ise %1,6'dır. Bu durumda ankete katılan kadın girişimcilerin yarısından fazlası en az lise mezunudur.

Tablo 3.4: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Medeni Durum	Sayı	Yüzde
Evli	84	67,7
Bekâr	16	12,9
Ayrılmış	24	19,4
Toplam	124	100,0

Kadın girişimcilerin medeni durumları incelendiğinde, örneklemin %67,7'si evli, %12,9'u bekâr, %19,4'ünün de eşinden ayrılmış olduğu görülmektedir. Analizin bu bölümünde eşinden ayrılan kadın girişimcilerin sayısının, hiç evlenmemiş kadın girişimci sayısından fazla olduğu dikkat çekmektedir. Sonuç olarak evli olan kadın girişimci oranı %67,7 iken bekâr veya eşinden ayrılmış kadın girişimci oranı toplamda %32,3'tür. Bu durumda örnekleme dâhil olan kadın girişimcilerin, büyük çoğunluğu evli olduğundan işteki sorumluluklarının yanı sıra evdeki sorumluluklarıyla da

ilgilendiklerini söyleyebiliriz. Ayrıca bu verilerden evli olan kadınların sayısının fazla olmasının nedenini, bu kadınların girişimci olma konusunda bekâr olan kadınlara göre daha cesur davranmalarına bağlamak mümkündür. Bununla beraber eşinden ayrılan kadın girişimcilerin %19,4 oranında olduğu söylenmişti. Bu kadınlar eşlerinden ayrıldıktan sonra kendi işlerini kurmuş olabileceği gibi ayrılmadan önce de kendi işlerini kurmuş olabilirler. Ancak hiç evlenmemiş yani bekâr kadınlar da girişimci olabildiğine göre eş desteğine ihtiyaç duymadan da kadınların kendi işlerini kurabildikleri sonucu çıkarılabilir.

Tablo 3.5: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayısına Göre Dağılımları

Çocuk Sayısı	Sayı	Yüzde
Yok	15	12,1
1	17	13,7
2	38	30,6
3	41	33,1
4 ve üzeri	13	10,5
Toplam	124	100,0

Tablo 3.5' e göre kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısı değerlendirildiğinde en büyük grup % 33,1 oranı ile 3 çocuk sahibi olanlardır. Örneklemin % 30,6'sının 2 çocuk sahibi, % 13,7'sinin 1 çocuk sahibi, % 10,5'inin 4 ve üzeri çocuk sahibidir. Kadın girişimcilerin % 12,1'inin ise çocuk sahibi olmadığını görmekteyiz. Örneklemin % 12,9'unun bekâr olduğunu göz önünde bulundurursak bu durumu normal olarak değerlendirebiliriz. Ayrıca çocuk sayısı arttıkça kadınların ev ekonomisine katkı sağlamak ve gelir elde etmek amacıyla iş yaşamına katıldıkları sonucu çıkarılabilir. Yine kadın girişimcilerin çocuk sayısının kariyerlerine olumsuz yönde herhangi bir etkisinin olmadığı da söylenebilir.

Tablo 3.6: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eşlerinin Mesleklerine Göre Dağılımları

Eşinizin Mesleği?	Sayı	Yüzde
İşçi	32	25,8
Memur	12	9,7
Serbest Meslek	25	20,2
Girişimci	32	25,8
Emekli	4	3,2
Diğer	18	14,5
Boş	1	0,8
Toplam	123	100,0

Tablo 3.6' ya göre kadın girişimcilerin eşlerinin mesleğini incelediğimizde kadın girişimcilerin eşlerinin % 26'sının girişimci, % 26'sının da işçi grubuna dâhil olduklarını görmekteyiz. Örneklemin % 20,3'ü eşinin serbest meslek grubunda, %14,6'sı diğer meslek grubunda, % 9,8'i memur grubunda, % 3,3'ü ise emekli grubunda yer almaktadır. Kadın girişimcilerin eşlerinin, en fazla girişimci ve işçi grubundan olduğu söylenmişti. Bu sonuçtan, eşleri girişimci olan kadınların eşleriyle ortak olarak işletme kurdukları yorumu da yapılabilir. Kadın girişimcilerin çoğunun eşleri ile aynı mesleği yaptığı dolayısıyla kadın girişimcilerin işleri ile eşlerinin işleri arasında bağlantı olduğu sonucuna varılabilir.

Tablo 3.7: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Babalarının Mesleklerine Göre Dağılımları

Babanızın Mesleği?	Sayı	Yüzde
İşçi	36	29
Memur	26	21
Serbest Meslek	18	14,5
Girişimci	6	4,8
Emekli	38	30,6
Diğer	0	0
Toplam	124	100,0

Kadın girişimcilerin babalarının meslekleri Tablo 3.7' ye göre en büyük pay % 30,6 oranı ile emekli grubundadır. Kadınların yaş aralığına baktığımızda örneklemin % 41,1'i 36-45 yaş aralığındadır. Dolayısıyla baba mesleğinde emekli grubunun en fazla payı oluşturması da doğal bir sonuçtur. Örneklemin babalarının meslekleri incelenmeye devam edildiğinde % 29'u işçi, % 21'i memur, % 14,5'i serbest meslek ve % 4,8'i girişimciden oluşmaktadır. Elde edilen bu verilerden işçi ve memur ailelerden gelen kadınların girişimciliğe daha fazla yöneldiği söylenebilir. Bunun nedeni, işçi ve memur ailelerin sabit gelirli olmasından dolayı çocuklarını girişimciliğe yönlendirerek daha fazla gelir elde etmeye teşvik etmeleri olabilir.

Tablo 3.8: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Annelerinin Mesleklerine Göre Dağılımları

Annelerin Mesleği?	Sayı	Yüzde
İşçi	9	7,3
Memur	7	5,6
Ev Hanımı	101	81,5
Girişimci	0	0
Emekli	6	4,8
Diğer	0	0
Boş	1	0,8
Toplam	123	100,0

Örnekleme oluşturan kadın girişimcilerin annelerinin meslekleri incelendiğinde anketlerin en fazla cevaplandığı birim % 82,1 oranı ile ev hanımı olanlardır. Örnekleme dâhil olan kadın girişimcilerin annelerinin % 7,3'ü işçi iken % 5,7'si memur, % 4,9'u ise emeklidir. Çalışmamızın teorik kısmında ülkemizde geleneksel yapının hâkim olduğundan, buna bağlı olarak kadınların iş yaşamında geri planda kalarak bu alanda yeteri kadar rol almadıklarından ve kadına verilen ev işleri yapmak, çocuk bakmak gibi ev içerisindeki asli görevlerden bahsedilmiştir. Tablo.3.8.'e bakıldığında da kadın girişimcilerin annelerinin çok yüksek bir oranla ev hanımı oldukları görülmektedir. Buna rağmen kadın girişimcilerin anneleri gibi ev hanımı olmayı değil kendi işlerini kurmayı seçmiş olmaları kadınlar açısından oldukça önemli bir gelişme kaydedildiğini göstermektedir.

Tablo 3.9: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İş Tecrübelerine Göre Dağılımları

İş Tecrübesi?	Sayı	Yüzde
0-5 yıl	53	42,7
6-10 yıl	62	50
11-20 yıl	9	7,3
21 yıl ve üzeri	0	0
Toplam	124	100,0

Kadın girişimcilerin iş tecrübeleri detaylı olarak incelendiğinde % 50'lik oranla 6-10 yıllık girişimciler ilk sırayı alırken, ikinci sırada % 42,7 ile 0-5 yıllık girişimciler ve üçüncü sırada % 7,3 ile 11-20 yıllık girişimciler bulunmaktadır. 21 yıl ve üzerinde tecrübesi olan kadın girişimci Tablo.3.7.8.'e göre bulunmamaktadır. Bu verilerden yola çıkarak kadın girişimcilerin yarısının 6-10 yıllık iş tecrübelerinin olduğunu görmekteyiz. Yine yaklaşık yarısının girişimciliğe yeni atıldığını ya da birkaç yıllık tecrübelerinin olduğunu söylemek mümkündür. 11-20 yıllık tecrübesi olan kadınlar örneklemin yalnızca % 7,3 gibi az bir kısmını oluşturmaktadır. Bu verilerden yola çıkılarak geçmişten günümüze doğru gelindikçe kadınların iş hayatında olma oranlarının arttığı söylenebilir.

Tablo 3.10: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Aylık Gelirlerine Göre Dağılımları

Aylık Geliriniz?	Sayı	Yüzde
0-500	0	0
501-1000	0	0
1001-2000	12	9,7
2001-3000	45	36,3
3001 ve üzeri	67	54
Toplam	124	100,0

Tablo 3.10'a göre kadın girişimcilerin aylık gelirleri incelendiğinde % 54'ünün 3001 ve üzerinde gelirleri olduğu görülmektedir. % 36,3'ünün aylık geliri 2001-3000 arasında ve % 9,7'sinin aylık geliri ise 1001-2000 arasındadır. Kadın girişimcilerin yarısından fazlasının 3001'in üzerinde aylık gelirinin olması, kadınları sabit gelirli devlet memurluğu yerine girişimciliğe yönlendiren etkenlerden biri olarak değerlendirilebilir.

Tablo 3.11: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletme Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımları

İşletmenizin Faaliyet Süresi?	Sayı	Yüzde
0-1 yıl	2	1,6
2-4 yıl	48	38,7
5-7 yıl	50	40,3
8-10 yıl	22	17,7
11 yıl ve üzeri	2	1,6
Toplam	124	100,0

Ankete katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet süresine bakıldığında % 40,3'lük oranla 5-7 yıllık işletme sahibi olan kadın girişimciler ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada % 38,7'lik oranla 2-4 yıllık işletmesi olan kadın girişimciler, üçüncü sırada % 17,7'lik oranla 8-10 yıllık işletmesi olan kadın girişimciler son olarak dördüncü sırada ise % 1,6'lık oranla 0-1 yıllık işletmesi olan kadın girişimciler ile 11 yıldan fazla süredir işletmesi olan kadın girişimciler yer almaktadır. Bununla ilgili veriler de Tablo 3.11' de görülmektedir.

Tablo 3.12: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdikleri Sektöre Göre Dağılımları

İşletmenizin Faaliyet Gösterdiği Sektör?	Sayı	Yüzde
Üretim-İmalat	38	30,6
Pazarlama/Satış	51	41,1
Hizmet	34	27,4
Diğer	1	0,8
Toplam	124	100,0

Kadın girişimcilerin sahibi oldukları işletmelerinin faaliyet gösterdikleri alanlar da değişiklik göstermektedir. Örneklemin % 41,1'i pazarlama/satış alanında faaliyet gösterirken, % 30,6'sı üretim/imalat alanında faaliyet göstermekte, % 27,4'ü hizmet alanında faaliyet göstermekte ve % 0,8'i diğer alanlarda faaliyet gösterdiği görülmektedir. Kadın girişimcilerin büyük bir kısmının pazarlama/satış alanında faaliyet göstermesini tedarikçilerle iyi ilişkiler içinde olduğu ve bu konuda sorun yaşamadığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3.13: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerindeki Çalışan Sayısına Göre Dağılımları

İşletmenizde Çalışan Sayısı?	Sayı	Yüzde
25 kişiden az	123	99,2
25-49	1	0,8
50-99	0	0
100-199	0	0
200-499	0	0
500 ve üzeri	0	0
Toplam	124	100,0

Araştırmaya katılanlara sorulan “İşletmenizde çalışan sayısı?” sorusuna, örneklemin tamamına yakını yani % 99,2'si 25 kişiden az yanıtını vermiştir. % 0,8'i ise 25-49 kişi yanıtını vermiştir. Bu verilerden uygulamamızı gerçekleştirdiğimiz Sivas ilinde büyük işletmelerin olmadığı çıkarımı yapılabilir.

Tablo 3.14: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletme Ortaklarına Göre Dağılımları

İşletmenizin Ortağı?	Sayı	Yüzde
Yok	33	26,6
Eşim	42	33,9
Arkadaşım	3	2,4
Ailem	42	33,9
Akrabam	4	3,2
Diğer	0	0
Toplam	124	100

Ankete katılan kadın girişimcilere anketin kişisel bilgi bölümünde son olarak “İşletme ortağınız var mı? Varsa yakınlığı?” sorusu sorulmuştur. Anketi yanıtlayanların % 33,9’unun işletme ortağı eşi, yine % 33,9’unun işletme ortağı ise ailesinden biri olarak görülmektedir. Örneklemin % 26,6’sı ortağı yok seçeneğini işaretlemiştir. Son olarak örneklemin % 3,2’sinin ortağı akrabası olurken, %2,4’ünün ortağı ise arkadaşı olarak görülmektedir. Anketin medeni durum bölümünde evlilerin örneklemin % 67,7’sini oluşturduğundan bahsedilmişti. Bu durumda kadın girişimcilerin % 33,9’unun işletme ortağının eşi olması da şaşırtılacak bir sonuç olarak görülmemektedir.

Anketin ikinci bölümünde yer alan iki kısım için ayrı ayrı inceleme yapılmış ve gerekli istatistiksel testler uygulanarak sonuçlar verilmiştir. Kadın girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen nedenlere ilişkin verilerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmalarından oluşan belirleyici istatistikleri hesaplanmıştır.

Tablo 3.15: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenlerinin Önem Derecesine Göre Dağılımları

Nedenler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Ekonomik bağımsızlık için	4,79	0,521
Aile ihtiyaçlarını karşılamak için	4,76	0,686
Kendimi gerçekleştirmek için	4,70	0,545
Zamanımı değerlendirmek için	4,64	0,753
İş yaşamına atılmak için	4,62	0,751
İdealimi gerçekleştirmek için	4,29	1,027
Diğer insanlara faydalı olabilmek için	4,18	1,039

Tablo 3.15' in devamı.

Nedenler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Sosyal ilişkiler için	3,40	1,442
Mesleğimi yapmak için	2,91	1,43

Bu bölümde elde edilen veriler normal dağılıma uymadığı için iki yönlü varyans analizi olarak F testi yerine Freidman testi kullanılmıştır. Freidman testi, iki yönlü varyans analizinin parametrik olmayan alternatifidir (Karagöz,2016: 646-652).

Kadın girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen nedenler arasında farklılığın olup olmadığını sınamak için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H₀: Kadın girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen nedenler arasında farklılık yoktur.

H₁: Kadın girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen nedenler arasında farklılık vardır.

Freidman testine göre $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ olduğundan H₀ hipotezi reddedilir. Yani girişimci olmayı etkileyen nedenler arasında farklılık bulunduğu %5 önem seviyesinde karar verilmiştir. Bunlara ek olarak girişimci olmayı etkileyen en önemli neden “ekonomik bağımsızlık” (aritmetik ortalaması en yüksek ve standart sapması en düşük) olmuştur. Bunun nedenini, kadın girişimcilerin maddi olarak eşlerine bağlı olmadan kendi ayakları üzerinde durmayı tercih etmelerine ve ekonomik olarak kendilerini güvende hissetme arzularına bağlamak mümkündür. Kadınların girişimci olmalarında kendilerini etkileyen diğer nedenler ise; “aile ihtiyaçlarını karşılamak”(4,76), “kendimi gerçekleştirmek” (4,70), “zamanımı değerlendirmek” (4,64), “iş yaşamına atılmak” (4,62), “idealimi gerçekleştirmek” (4,29), “diğer insanlara faydalı olabilmek” (4,18), “sosyal ilişkiler kurmak” (3,40) ve “mesleğimi yapmak” (2,91) şeklinde sıralanmaktadır. Bu sonuçlara bakıldığında, Freidman test istatistiğinin doğruluğunun desteklendiği görülmektedir.

Kadın girişimcilerin işlerini kurarken karşılaştıkları zorluklar için verilen aritmetik ortalamaları ve standart sapmalarından oluşan belirleyici istatistikleri hesaplanmıştır.

Tablo 3.16: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşlerini Kurarken Karşılaştıkları Zorlukların Önem Derecesine Göre Dağılımları

Zorluklar	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	4,68	0,530
Uygun yeri bulmakta zorlandım.	4,26	1,037
Sermaye temininde zorlandım	4,13	1,235
Deneyimim olmadığı için zorlandım	4,11	1,218
Pazarda tanınmamış olmak	3,70	1,430
Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	3,55	1,398
Uygun materyal temininde zorlandım	3,24	1,516
Uygun eleman temininde zorlandım	3,14	1,507
Aile ile ilgili sorunlar	2,53	1,658

Kadın girişimcilerin işlerini kurarken karşılaştıkları zorluklar arasında farklılığın olup olmadığını sınamak için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H₀: Kadın girişimcilerin işlerini kurarken karşılaştıkları zorluklar arasında farklılık yoktur.

H₁: Kadın girişimcilerin işlerini kurarken karşılaştıkları zorluklar arasında farklılık vardır.

Freidman testine göre $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ olduğundan Hohipotezi reddedilir. Yani kadın girişimcilerin işlerini kurarken karşılaştıkları zorluklar arasında farklılık olduğuna %5 önem seviyesinde karar verilmiştir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işlerini kurarken karşılaştıkları sorunlar önem derecesine göre sıralandığında “bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı” (4,68) ilk sırada yer alırken “uygun yeri bulmakta zorlandım” (4,26) ikinci sırada yer almaktadır. Anketin uygulandığı Sivas ilinin küçük bir şehir olmasından dolayı kadınların iş yeri bulmakta zorlanması, aynı zamanda rekabetin fazla olmamasından kaynaklı kiraların yüksek olması bu iki birimin ilk sıralarda yer almasının nedeni olabilir. Karşılaşılan sorunların diğerlerine bakıldığında “sermaye temininde zorlandım” (4,13), “deneyimim olmadığı için zorlandım” (4,11), “pazarda tanınmamış olmak” (3,70), “bürokratik işlemlerle uğramak beni çok zorladı” (3,55),

“uygun materyal teminine zorlandım” (3,24), “uygun eleman temininde zorlandım” (3,14), “aile ile ilgili sorunlar” (2,53) şeklinde sıralandığını görmekteyiz. Kadın girişimcilere uygulanan anketin kişisel bilgiler bölümünde örneklemin büyük çoğunluğunu evlilerin oluşturduğunu ve çocuk sayısı fazla olan kadın girişimcilerin daha fazla girişimciliğe yöneldiği söylenmişti. Bu durumda girişimci kadınların işlerini kurarken karşılaştıkları sorunlar bölümünde “aile ile ilgili sorunlar” biriminin önem sırasında en sonda yer alması beklenen bir durumdur. Aritmetik ortalamalara bakıldığında Freidman testi istatistiğinin doğruluğunun desteklendiği görülmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde yer alan kadın girişimciliğiyle ilgili sorunlara ilişkin önermeler için gerekli istatistikler testler uygulanarak sonuçlar verilmiştir.

Tablo 3.17: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilikle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Önem Derecesine Göre Dağılımları

Girişimcilikle İlgili Karşılaşılan Sorunlar	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Kadın olmak elemanlar hakkında duygusal karar vermeye neden olmamaktadır	4,68	4,735
Kadın olmak müşterilerle daha iyi iletişim kurmayı sağlamaktadır	4,59	0,574
Çevremden kendi işimi kurma kararım olumlu tepkilerle karşılandı	4,55	0,661
Kadın girişimciler erkek – kadın ayrımı olmaksızın elemanları ile sağlıklı ilişkiler kurabilmektedir	4,54	0,594
Kendi işimi kurmam ile toplumdaki yerim önem kazandı	4,5	0,58
Pazardaki erkek rakipler kadın girişimciler konusunda bir sorun yaşamamaktadırlar	4,45	0,81
Girişimcinin kadın olması, erkek çalışanı yönlendirmekte bir sorun oluşturmamaktadır	4,38	0,736
Girişimcilik konusundaki eğitimlere katılmak işimi geliştirmeme destek olmuştur	4,08	0,75
İşimle ilgili eğitim ve seminerlere katılmak her zaman bana destek olmuştur	4,06	0,784
Çevremde girişimciliğe atılmamda bana örnek olan ve yol gösterenler olmuştur	4,03	1,245
Finans kurumlar kadın girişimcilere yardımcı olmaktadır	3,94	1,011
Kadın olmam kefil, kredi gibi konularda sorun oluşturmamaktadır	3,91	3,858
Aldığım eğitimler girişimcilikte bana destek olmuştur	3,89	0,909
Ailemin sosyal yapısı kendi işimi kurmamda bana destek oldu	3,79	1,545
Devletin kadın girişimcilere finansal desteği bulunmaktadır	3,79	1,096
Vergi mevzuatı kadın girişimciler için engeller oluşturmamaktadır	3,75	1,129

Tablo 3.17' nin devamı.

Girişimcilikle İlgili Karşılaşılan Sorunlar	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Siyasi yapılanma kadın girişimciliğini desteklemektedir	3,21	1,057
Çalıştığım sektördeki yasal düzenlemeler kadın girişimcilere destek vermektedir	3,1	1,012
Eşimin işe girişimimdeki desteği cesaretimi arttırdı	2,99	1,866
Sektörel ilişki ağı kadın girişimciler için kapalı değildir	2,92	1,273
Kadın girişimciler için işletme sermayesi sağlamada erkek girişimcilerden daha farklı sorunlar yaşanmamaktadır	2,86	1,329
Yaşadığım şehirdeki kadınlar girişimcilik konusunda birbirine destek vermektedir	2,7	1,038
Yaşadığım şehir kadın girişimcilerin örgütlenmesi konusunda etkindir	2,69	1,056
Yaşadığım şehirdeki aile yapısı kadınların girişimci olmasını desteklemektedir	2,65	1,204
Şehirdeki örgütlenme sayesinde işimdeki yeniliklerden ve desteklerden haberdar olabilmekteyim	2,53	1,015
Şehirdeki mesleki kurumlardan girişimcilik yolunda destek gördüm	2,51	1,016
Tedarikçi ilişkilerinde kadın girişimciler zorluk yaşamamaktadır	2,35	1,109
Kadın olmam örgütlenme konusunda avantaj sağlamaktadır	2,02	0,792
Sektörel çevrede kadın olmak işleri kolaylaştırmaktadır	1,9	0,933
Kadın olmak bulunduğum çevrede bürokratik engelleri halletmekte kolaylık sağlamaktadır	1,66	0,669
Toplumun erkek egemen olmasının kadın girişimciliğine olumsuz etkileri yoktur	1,49	0,746

Kadın girişimciliğiyle ilgili sorunlara ilişkin önermeler arasında farklılık olup olmadığını sınamak için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H₀: Kadın girişimciliğiyle ilgili sorunlara yapılan önermeler birbirlerinden farklı değildir.

H₁: Kadın girişimciliğiyle ilgili sorunlara yapılan önermeler birbirlerinden farklıdır.

Freidman testine göre $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ olduğundan H₀ hipotezi reddedilir. Yani girişimcilik ile ilgili sorunlara yapılan önermelerin birbirlerinden farklı olduğuna %5 önem seviyesinde karar verilmiştir.

Tablo 3.17' ye göre ankete katılan kadın girişimcilerin girişimcilikle ilgili sorunları önem derecesine göre sıralandığında “kadın olmak elemanlar hakkında

duygusal karar vermeye neden olmamaktadır” (4,68) yer almaktadır. Bu durumda toplum içerisinde duygusal olarak bilinen kadınların söz konusu işleri olduğunda duygusallığı bir kenara bırakıp akıl ve mantıkla kara verdikleri söylenebilir. Kadın girişimcilerin girişimcilikle ilgili diğer sorunları ise şöyle sıralanmaktadır; “kadın olmak müşterilerle daha iyi iletişim kurmayı sağlamaktadır” (4,59), “çevremden kendi işimi kurma kararım olumlu tepkilerle karşılandı” (4,55), “kadın girişimciler erkek – kadın ayrımı olmaksızın elemanları ile sağlıklı ilişkiler kurabilmektedir” (4,54), “kendi işimi kurmam ile toplumdaki yerim önem kazandı” (4,5), “pazardaki erkek rakipler kadın girişimciler konusunda bir sorun yaşamamaktadırlar” (4,45), “girişimcinin kadın olması, erkek çalışanı yönlendirmekte bir sorun oluşturmamaktadır” (4,38), “girişimcilik konusundaki eğitimlere katılmak işimi geliştirmeme destek olmuştur” (4,08), “işimle ilgili eğitim ve seminerlere katılmak her zaman bana destek olmuştur” (4,06), “çevremde girişimciliğe atılmamda bana örnek olan ve yol gösterenler olmuştur” (4,03), “finans kurumlar kadın girişimcilere yardımcı olmaktadır” (3,94), “kadın olmam kefil, kredi gibi konularda sorun oluşturmamaktadır” (3,91), “aldığım eğitimler girişimcilikte bana destek olmuştur” (3,89), “ailemin sosyal yapısı kendi işimi kurmamda bana destek oldu” (3,79), “devletin kadın girişimcilere finansal desteği bulunmaktadır” (3,79), “vergi mevzuatı kadın girişimciler için engeller oluşturmamaktadır” (3,75), “siyasi yapılanma kadın girişimciliğini desteklemektedir” (3,21), “çalıştığım sektördeki yasal düzenlemeler kadın girişimcilere destek vermektedir” (3,1), “eşimin işe girişimimdeki desteği cesaretimi arttırdı” (2,99), “sektörel ilişki ağı kadın girişimciler için kapalı değildir” (2,92), “kadın girişimciler için işletme sermayesi sağlamada erkek girişimcilerden daha farklı sorunlar yaşanmamaktadır” (2,86), “yaşadığım şehirdeki kadınlar girişimcilik konusunda birbirine destek vermektedir” (2,7), “yaşadığım şehir kadın girişimcilerin örgütlenmesi konusunda etkindir” (2,69), “yaşadığım şehirdeki aile yapısı kadınların girişimci olmasını desteklemektedir” (2,65), “şehirdeki örgütlenme sayesinde işimdeki yeniliklerden ve desteklerden haberdar olabilmekteyim” (2,53), “şehirdeki mesleki kurumlardan girişimcilik yolunda destek gördüm” (2,51), “tedarikçi ilişkilerinde kadın girişimciler zorluk yaşamamaktadır” (2,35), “kadın olmam örgütlenme konusunda avantaj sağlamaktadır” (2,02), “sektörel çevrede kadın olmak işleri kolaylaştırmaktadır” (1,9), “kadın olmak bulunduğum çevrede bürokratik engelleri

halletmekte kolaylık sağlamaktadır” (1,66), “toplumun erkek egemen olmasının kadın girişimciliğine olumsuz etkileri yoktur” (1,49).

Tablo 3.17’ ye genel olarak bakıldığında girişimci kadınlar, kadın olmanın çalışanlarla veya müşterilerle iletişim kurarken bir avantaj olduğu fakat aynı durumun şehirdeki diğer kadın girişimcilerle örgütlenme açısından geçerli olmadığı sonucu çıkarılabilir. Kadınlar, kendi işlerini kurduklarında toplumdaki yerlerinin önem kazandığını, devletin ve finans kurumlarının kadınları girişimcilik konusunda desteklediğini ve aldıkları eğitimlerin girişimci olma yolunda kendilerine katkı sağladığını düşünmektedir. Yine kadın girişimciler Sivas ilindeki aile yapısının kadın girişimcileri desteklemediğini, aynı zamanda kadın olmanın tedarikçilerle ilişki kurmakta fayda sağlamadığını ve bürokratik işlemlerde de bu durumun bir avantaj olmadığını düşündüklerini söylenebilir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde yer alan kadın girişimcilerin işlerine yönelik devletten beklentileri için gerekli istatistiksel testler uygulanarak sonuçlar verilmiştir.

Tablo 3.18: Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Devletten Beklentilerinin Önem Derecesine Göre Dağılımları

Devletten Beklentiler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Teknik destek sağlanmasını beklerim	4,73	0,464
Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	4,72	0,468
Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	4,71	0,476
Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	4,67	0,471
Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	4,61	0,614
Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	4,51	0,769

Kadın girişimcilerin işlerine yönelik devletten beklentileri arasında farklılık olup olmadığının sınanması için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H₀:Kadın girişimcilerin işlerine yönelik devletten beklentileri arasında farklılık yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin işlerine yönelik devletten beklentileri arasında farklılık vardır.

Freidman testine göre $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ olduğundan H0hipotezi reddedilir. Yani kadın girişimcilerin işlerine yönelik devletten beklentileri arasında farklılık olduğuna %5 önem seviyesinde karar verilmiştir.

Tablo 3.18’ de ankete katılan kadın girişimcilerin devletten beklentilerinin önem derecesine göre sıralanması verilmiştir. Bu verilere göre kadın girişimcilerin devletten beklentilerinde ilk sırada “teknik destek sağlanmasını beklerim” (4,73) yer almaktadır. İkinci sırada ise “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” (4,72), üçüncü sırada “kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim” (4,71) yer almaktadır. Devamında ise sırasıyla “vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim” (4,67), “rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim” (4,61) son olarak da “bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim” (4,51) yer almaktadır. Tablo 3.18’ e göre kadınların devletten beklentileri konusunda hemfikir oldukları söylenebilir.

3.7.2. Hipotezlerin Test Edilmesi

Çalışmanın hipotezlerinin sınanması için Chi – Square (χ^2 Testi) Testi kullanılmıştır. Farklı kategorilere ayrılmış ve iki olay arasındaki ilişkinin testi için χ^2 bağımsızlık testi yapılır (Karagöz, 2016: 665-679).

Hipotez 1 için;

H0:Kadın girişimcilerin yaş grubu değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1:Kadın girişimcilerin yaş grubu değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.19: Yaş Değişkeni ile İş Kurmada Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması

Karşılaşılan Zorluklar	Pearson - ChiSquare
Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,011*
Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,000**
Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,001*
Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,028*
Bulduğum şehirde kiralara yüksek olması beni zorladı	sig = 0,291
Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,009*
Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,000**

Tablo 3.19' un devamı

Karşılaşılan Zorluklar	Pearson - ChiSquare
Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,001*
Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,000**

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

sig. değeri $> 0,05$ ise ilişki yok,

sig. değeri $< 0,05$ ise ilişki var şeklinde yorum yapılacaktır. Pearson – ChiSquare değerine göre sadece “bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı” sorunu ile yaş değişkeni arasında bir ilişkinin olmadığı yorumu yapılır. Diğer sorunlar ile yaş değişkeni arasında bir ilişkinin olduğu hatta “bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı”, “uygun materyal temininde zorlandım” ve “aile ile ilgili sorunlar” arasındaki ilişkinin oldukça güçlü olduğu yorumu yapılabilir.

Hipotez 2 için;

H₀:Kadın girişimcilerin devletten beklentileri ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin devletten beklentileri ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.20: Girişimci Olma Nedenleri İle Devletten Beklentilerin Karşılaştırılması

Nedenler	Beklentiler	Pearson-ChiSquare
Aile İhtiyaçlarını Karşılama İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,106
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,391
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,099
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,015*
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,000**
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,146

Tablo 3.20'nin devamı.

Nedenler	Beklentiler	Pearson - ChiSquare
Ekonomik Bağımsızlık İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,010*
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,000**
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,172
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,086
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,001*
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,859
Mesleğimi Yapmak İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,000**
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,000**
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,000**
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,000**
İş Yaşamına Atılmak İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,011*
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,166
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,001*
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,015*
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,000**
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,094
Sosyal İlişkiler İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,183
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,005*
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,031*
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,062
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,001*
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,162
İdealimi Gerçekleştirmek İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,539
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,000**
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,025*
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,805
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,004*
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,116

Tablo 3.20' nin devamı.

Nedenler	Beklentiler	Pearson - ChiSquare
Zamanımı Değerlendirmek İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,330
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,012*
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,004*
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,003*
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,011*
Kendimi Gerçekleştirmek İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,017*
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,077
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,000**
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,012*
Diğer İnsanlara Faydalı Olmak İçin	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,049*
	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,000**
	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,035*
	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,012*
	Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,066

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

“Aile ihtiyaçlarını karşılamak için” nedeni ile “rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim” beklentisi arasında bir ilişkinin olduğu ve “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” beklentisi arasında oldukça güçlü bir ilişkinin varlığından bahsedilebilir. “Ekonomik bağımsızlık için” nedeni ile “vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim” ve “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” beklentileri arasında bir ilişkinin olduğu ve “bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim” beklentisi arasında oldukça güçlü bir ilişkiden bahsedilebilir. “Mesleğimi yapmak için” nedeni ile çalışmadaki tüm beklentiler arasında güçlü bir ilişkinin olduğu söylenebilir. “İş yaşamına atılmak için” nedeni ile “vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim”, “kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim” ve “rekabet koşullarının geliştirilmesini

beklerim” beklentileri arasında bir ilişkinin olduğu, “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” beklentisi arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır. “İdealimi gerçekleştirmek için” nedeni ile “kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim” ve “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” beklentileri arasında ilişki olduğu, “bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim” beklentisi arasında oldukça güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir. “Zamanımı değerlendirmek için” nedeni ile “bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim”, “kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim”, “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” ve “teknik destek sağlanmasını beklerim” beklentileri arasında bir ilişkinin olduğu ve “rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim” beklentisi arasında oldukça güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir. “Kendimi gerçekleştirmek için” nedeni ile “vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim”, “teknik destek sağlanmasını beklerim” beklentileri arasında ilişki olduğu ve “kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim”, “rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim” ve “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” beklentileri arasında oldukça güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir. “Diğer insanlara faydalı olmak için” nedeni ile “teknik destek sağlanmasını beklerim” beklentisi dışında tüm beklentiler arasında ilişki olduğu, “bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim” ve “rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim” beklentileri arasında güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

Hipotez 3 için;

H₀:Kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısı değişkeni ile iş kurma sürecinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısı değişkeni ile iş kurma sürecinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.21: Sahip Olunan Çocuk Sayısı İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması

Karşılaşılan Zorluklar	Pearson-ChiSquare
Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,000**
Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,000**
Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,000**
Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,081

Tablo 3.21' in devamı.

Karşılaşılan Zorluklar	Pearson - ChiSquare
Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,052
Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,087
Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,000**
Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,000**
Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,000**

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Sahip olunan çocuk sayısı değişkeni ile “sermaye temininde zorlandım”, “bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı”, “deneyimim olmadığı için zorlandım”, “uygun materyal temininde zorlandım”, “pazarda tanınmamış olmak” ve “aile ile ilgili sorunlar” karşılaşılan zorluklar arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır.

Hipotez 4 için;

H₀:Kadın girişimcilerin medeni durum değişkeni ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin medeni durum değişkeni ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.22: Medeni Durum İle Girişimci Olma Nedenlerinin Karşılaştırılması

Girişimci Olma Nedenleri	Pearson-ChiSquare
Aile ihtiyaçlarını karşılamak için	sig = 0,000**
Ekonomik bağımsızlık için	sig = 0,000**
Mesleğimi yapmak için	sig = 0,025*
İş yaşamına atılmak için	sig = 0,000**
Sosyal ilişkiler için	sig = 0,000**
İdealimi gerçekleştirmek için	sig = 0,000**
Zamanımı değerlendirmek için	sig = 0,005*
Kendimi gerçekleştirmek için	sig = 0,000**
Diğer insanlara faydalı olabilmek için	sig = 0,006*

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Medeni durum değişkeni ile girişimci olma nedenlerinin tamamı arasında bir ilişki vardır. Özellikle ‐aile ihtiyaçlarını karşılamak için‐, ‐ekonomik bağımsızlık için‐, ‐iş yaşamına atılmak için‐, ‐sosyal ilişkiler için‐, ‐idealimi gerçekleştirmek için‐, ‐kendimi gerçekleştirmek için‐ nedenleri arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır.

Hipotez 5 için;

H₀:Kadın girişimcilerin eşlerinin meslek durumu değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin eşlerinin meslek durumu değişkeni ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.23: Eşlerin Meslek Durumu İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması

Karşılaşılan Zorluklar	Pearson- ChiSquare
Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,049*
Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,000**
Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,000**
Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,000**
Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,005*
Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,000**
Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,000**
Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,000**
Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,000**

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Eşlerin meslek durumu değişkeni ile iş kurma sürecinde karşılaşılan zorlukların tamamı arasında bir ilişki vardır. Özellikle ‐bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı‐, ‐deneyimim olmadığı için zorlandım‐, ‐uygun yeri bulmakta zorlandım‐, ‐uygun eleman temininde zorlandım‐, ‐uygun materyal temininde zorlandım‐, ‐pazarda tanınmamış olmak‐, ‐aile ile ilgili sorunlar‐ zorlukları arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır.

Hipotez 6 için;

H₀:Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet süresi değişkeni ile devletten beklentileri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet süresi değişkeni ile devletten beklentileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.24: İşletmenin Faaliyet Süresi İle Devletten Beklentilerin Karşılaştırılması

Devletten Beklentiler	Pearson- ChiSquare
Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,000**
Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,000**
Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,000**
Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,001*
Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,036*

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Faaliyet süresi değişkeni ile devletten beklentiler arasında anlamlı bir ilişki vardır. Özellikle “vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim”, “bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim”, “kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim” ve “eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim” beklentileri arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır.

Hipotez 7 için;

H₀:Kadın girişimcilerin babalarının mesleği değişkeni ile iş kurma sürecinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin babalarının mesleği değişkeni ile iş kurma sürecinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.25: Babanın Mesleği İle İş kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması

Karşılaşılan Zorluklar	Pearson- ChiSquare
Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,382
Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,403
Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,006*
Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,004*
Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,623
Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,020*
Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,001*
Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,005*
Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,448

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Babanın meslek durumu ile “deneyimim olmadığı için zorlandım”, “uygun yeri bulmakta zorlandım”, “uygun eleman temininde zorlandım”, “uygun materyal temininde zorlandım” ve “pazarda tanınmamış olmak” zorlukları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 8 için;

H₀:Kadın girişimcilerin annelerinin mesleği değişkeni ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin annelerinin mesleği değişkeni ile girişimci olma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.26: Annenin Mesleği İle Girişimci Olma Nedenlerinin Karşılaştırılması

Girişimci Olma Nedenleri	Pearson- ChiSquare
Aile ihtiyaçlarını karşılamak için	sig = 0,630
Ekonomik bağımsızlık için	sig = 0,927
Mesleğimi yapmak için	sig = 0,383
İş yaşamına atılmak için	sig = 0,994

Tablo 3.26' nin devamı.

Girişimci Olma Nedenleri	Pearson- ChiSquare
Sosyal ilişkiler için	sig = 0,579
İdealimi gerçekleştirmek için	sig = 0,617
Zamanımı değerlendirmek için	sig = 0,972
Kendimi gerçekleştirmek için	sig = 0,863
Diğer insanlara faydalı olabilmek için	sig = 0,508

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Hipotez 9 için;

H₀:Kadın girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen nedenler ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁:Kadın girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen nedenler ile iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorluklar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.27: Girişimci Olma Nedenler İle İş Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorlukların Karşılaştırılması

Nedenler	Zorluklar	Pearson- ChiSquare
Aile İhtiyaçlarını Karşılama İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,000**
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,040*
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,000**
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,045*
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,349
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,442
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,007**
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,368
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,498

Tablo 3.27' nin devamı.

Nedenler	Zorluklar	Pearson - ChiSquare
Ekonomik Bağımsızlık İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,010*
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,047*
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,000**
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,422
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,796
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,303
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,522
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,014*
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,657
Mesleğimi Yapmak İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,066
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,010*
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,113
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,177
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,024*
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,037*
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,013*
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,278
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,069
İş Yaşamına Atılmak İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,878
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,371
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,992
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,998
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,100
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,407
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,613
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,072
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,000**

Tablo 3.27'nin devamı.

Nedenler	Zorluklar	Pearson - ChiSquare
Sosyal İlişkiler İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,394
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,028*
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,422
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,319
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,445
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,084
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,441
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,361
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,423
İdeallerimi Gerçekleştirmek İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,423
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,544
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,880
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,879
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,515
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,926
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,259
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,613
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,005*
Zamanımı Değerlendirmek İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,433
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,059
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,554
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,955
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,000**
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,114
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,753
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,537
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,000**

Tablo 3.27'nin devamı.

Nedenler	Zorluklar	Pearson - ChiSquare
Kendimi Gerçekleştirmek İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,400
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,123
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,648
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,574
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,184
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,056
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,300
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,048*
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,000**
Diğer İnsanlara Faydalı Olmak İçin	Sermaye temininde zorlandım	sig = 0,115
	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı	sig = 0,299
	Deneyimim olmadığı için zorlandım	sig = 0,536
	Uygun yeri bulmakta zorlandım	sig = 0,746
	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı	sig = 0,301
	Uygun eleman temininde zorlandım	sig = 0,163
	Uygun materyal temininde zorlandım	sig = 0,643
	Pazarda tanınmamış olmak	sig = 0,864
	Aile ile ilgili sorunlar	sig = 0,124

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Kadın girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen “aile ihtiyaçlarını karşılamak için” nedeni ile “bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı”, “uygun yeri bulmakta zorlandım” ve “uygun materyal temininde zorlandım” zorlukları arasında anlamlı bir ilişki olduğu, “sermaye temininde zorlandım” ve “deneyimim olmadığı için zorlandım” oldukça güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir. “Ekonomik bağımsızlık için” nedeni ile “sermaye temininde zorlandım”, “bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı” ve “pazarda tanınmamış olmak” zorlukları arasında anlamlı bir ilişki olduğu, “deneyimim olmadığı için zorlandım” ile arasında oldukça güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir. “Mesleğimi yapmak için” nedeni ile “bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı”, “bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı”, “uygun

eleman temininde zorlandım” ve “uygun materyal temininde zorlandım” zorlukları arasında anlamlı bir ilişki vardır. “İş yaşamına atılmak için” nedeni ile sadece “aile ile ilgili sorunlar” zorluğu arasında anlamlı bir ilişki vardır. “Sosyal ilişkiler için” nedeni ile sadece “bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı” zorluğu arasında anlamlı bir ilişki olduğu diğer zorluklarla arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı söylenebilir. “İdeallerimi gerçekleştirmek için” nedeni ile “pazarda tanınmamış olmak” zorluğu arasında anlamlı bir ilişki varken diğer zorluklar arasında anlamlı bir ilişki yoktur. “Zamanımı değerlendirmek için” nedeni ile “bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı” ve “aile ile ilgili sorunlar” zorlukları arasında oldukça güçlü bir ilişki varken diğer zorluklarla arasında anlamlı bir ilişki yoktur. “Kendimi gerçekleştirmek nedeni ile “pazarda tanınmamış olmak” zorluğu arasında anlamlı bir ilişki olduğu “aile ile ilgili sorunlar” zorluğu ile arasında oldukça anlamlı bir ilişki olduğu diğer zorluklarla arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı söylenebilir. “Diğer insanlara faydalı olmak için” nedeni ile zorlukların tamamı arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı söylenebilir.

Hipotez 10 için;

H₀:Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile devletten beklentileri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile devletten beklentileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.28: Eğitim Durumları İle Devletten Beklentilerin Karşılaştırılması

Devletten Beklentiler	Pearson- ChiSquare
Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim	sig = 0,672
Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim	sig = 0,404
Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim	sig = 0,920
Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim	sig = 0,971
Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim	sig = 0,980
Teknik destek sağlanmasını beklerim	sig = 0,854

* $p < 0,05$ %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

** $p < 0,01$ %1 önem seviyesinde anlamlı farklılık mevcuttur.

Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile devletten beklentilerinin tamamı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Çalışmada kadın girişimcilerin demografik özellikleri ile girişimcilikte karşılaştıkları sorunlara ilişkin önermeler arasındaki ilişkinin tespiti de yapılmıştır. Bunun için korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Bu analiz iki değişken arasındaki ilişkinin gücünü gösterir. -1 ile +1 arasında değer almaktadır. Bu korelasyon analizi sonucunda korelasyon katsayısı hesaplanır. Korelasyon katsayısı için;

+1: İki değişken arasında çok güçlü bir ilişkiyi,

-1: İki değişken arasında ters yönde çok güçlü bir ilişkiyi,

0: İki değişken arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını,

0 - 0,30: İki değişken arasında düşük düzeyde bir ilişkiyi,

0,30 - 0,70: İki değişken arasında orta düzeyde bir ilişkiyi,

0,70 – 1,00: İki değişken arasında yüksek düzeyde bir ilişkiyi göstermektedir (Büyüköztürk, 2007: 34-36).

Kadın girişimcilerin demografik özelliklerine tekrar tekrar bakılarak önermelerle arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan hesaplamalar sonucunda çoklu determinasyon $R^2 = 0,608$ bulunarak sadece medeni durum ile önermeler arasında orta düzeyde ilişki tespit edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ülkemizde kadınların çalışma hayatına dâhil olmaları, ekonomik ihtiyaçlardan değil erkeklerin savaşa katılmasından dolayı ortaya çıkan iş gücü açığıyla başlamıştır. Ancak anayasada kadınların çalışmasının kocalarının iznine tabi olması, kadınların özgür iradeleriyle çalışmalarının önünde set oluşturmuştur. Bu durumun kanun önünde eşitlik ilkesine aykırı olması sebebiyle konuyla ilgili anayasada düzenleme yapılmış ve kadınların tabi olduğu “koca izni” kaldırılmıştır. Yasal olarak kadınların çalışmasında herhangi bir engel olmasa da toplumsal baskı ve kadına toplum içerisinde biçilen ev hanımı, analık gibi görevler kadının iş hayatında yer almasını geciktirmiştir.

Zaman içerisinde rekabet koşullarının ağırlaşmasıyla birlikte yeni iş alanlarına yönelmek zorunda kalan insanlar için girişimcilik hem kendilerine hem de diğer insanlara istihdam sağlama konusunda oldukça önemli bir kavramdır. Özellikle son zamanlarda girişimciliğin gelişmesi ve yaygınlaşması ile kadın girişimciliği kavramı da ortaya çıkmıştır. Kadın girişimci; kendi adına işletmesi bulunan ve bu işletmeyi kendisi yöneten, risk alan, fırsatları değerlendiren kişidir. Ülkemizin sahip olduğu toplumsal yapı ve kültür kadınların girişimci olmalarının önüne çeşitli engeller çıkmasına neden olmuştur. Kadının yerinin ev olduğu, görevinin ise ev işlerini yapmak, çocuk bakmak ve eşine hizmet etmek görülmesi kadının toplumsal alanda arka planda kalmasına neden olmuştur. Dolayısıyla kadınlar, girişimci olurken girişimcilikle ilgili sorunların yanı sıra aile ile ilgili sorunlar, eğitimle ilgili sorunlar, çevresel faktörlerin yol açtığı sorunlar vd. sorunlarla baş etmek zorunda kalmışlardır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de ve özelde de Sivas il merkezinde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin iş kurma süreçlerinde ve sonrasında yaşadıkları sorunları belirlemek ve bu sorunların bazı değişkenlerle ilişkisini ortaya koymaktır. Çalışmada kadın girişimcilerin sorunlarının ölçülmesinin nedeni, kadınların toplumsal baskı veya çeşitli nedenlerle çalışma hayatından uzak kalmaları dolayısıyla kendi ayakları üzerinde durmak isteyen kadınların karşılaştıkları sorunlar nedeniyle bunu başaramamasıdır. Çalışmadan elde edilen veriler ışığında girişimci kadınların karşılaştıkları sorunların tespit edilerek sorunlara ilişkin sunulan önerilerle bu sorunların en aza indirilmesi konusunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada uygulanan güvenilirlik analizi ile araştırmada kullanılan ölçeğin Sivas ilinde gerçekleştirilen anket uygulaması ile tutarlı ve istikrarlı sonuçlar elde edildiğini ortaya koymuştur.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kişisel bilgi formuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, girişimcilerin en fazla 36-45 yaş grubuna dâhil oldukları, genel olarak lise ve üniversite mezunu oldukları, yarısından fazlasının evli olduğu, çoğunluğunun 2 veya 3 çocuk sahibi olduğu, eşlerinin mesleğine bakıldığında işçi ve girişimci eşlerin en fazla olduğu, babalarının mesleğine bakıldığında en fazla emekli olanların yüksek oranda olduğunu, annelerinin mesleğine bakıldığında ise ev hanımı olanların çok yüksek oranda olduğu görülmüştür.

Kadın girişimcilerin işleriyle ilgili sorulara verdikleri yanıtlar incelendiğinde ise girişimcilerin yarısına yakınının 0-5 yıl arasında iş tecrübelerinin bulunduğu, yine yaklaşık yarısının aylık gelirinin 3001 ve üzerinde olduğu, işletmelerinin faaliyet süreleri incelendiğinde en fazla 5-7 yıl arasında faaliyet gösterenlerin bulunduğu, işletmelerinin faaliyet gösterdiği alan incelendiğinde çoğunluğunun pazarlama-satış alanında faaliyet gösterdiği, tamamına yakınının işletmelerinde 25 kişiden az çalışan bulunduğu ve işletme ortakları incelendiğinde eşleriyle ve aile bireyleriyle ortaklık kuranların oranlarının en fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca anket verilerinden elde edilen bulgulara göre, kadınların girişimci olma nedenleri tercih etme sırasına göre; ekonomik bağımsızlık elde etme, aile ihtiyaçlarını karşılama, kendini gerçekleştirme, zamanını değerlendirme, iş hayatına atılma, idealini gerçekleştirme, diğer insanlara faydalı olma, sosyal ilişkiler kurma ve mesleğini yapma şeklindedir. Ekonomik bağımsızlığın ilk sırada yer alması kadınların kendi ayakları üzerinde durmak istediğini, ekonomik açıdan başkasına bağlı olmak istemediğini göstermektedir.

Çalışmanın sonucuna göre, girişimci kadınların iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde kadınların, en fazla kiraların yüksek olmasından dolayı zorluk yaşadıklarını belirtmişlerdir. İkinci olarak uygun yeri bulmakta zorlanan kadın girişimciler, sermaye temini, deneyimsizlik, pazarda tanınmamış olmak, bürokratik işlemler, materyal temini, eleman temini ve aile ile ilgili sorunlarda zorluk yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu, toplumun erkek egemen olmasının kadın girişimciliğine olumsuz etkilerinin olduğunu düşünmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin tamamına yakını yaşadıkları şehirdeki aile yapısının kadınların girişimci olmasını desteklemediğini düşünmektedir. Dolayısıyla Sivas ilinde faaliyet gösteren kadınlar bunu kendileri için bir dezavantaj olarak görmektedir.

Yine uygulamaya katılan kadınlar, genel olarak ailelerinin sosyal yapılarının kendi işlerini kurmalarında desteklerinin olmadığını ancak eşlerinden destek almanın işe girişlerindeki cesaretlerini arttırdıklarını, kendi işini kuran kadınların toplamdaki önemlerini arttırdığını ve olumlu tepkilerle karşılaştıklarını, sektörel ilişki ağının kadınlar için kapalı olduğunu, tedarikçi ilişkilerinde zorluk yaşadıklarını, kadın olmanın sektörel çevrede işleri kolaylaştırmadığını ve bürokratik çevrede de kadın olmalarının herhangi bir avantajının olmadığını düşünmektedir.

Kadın girişimcilerin çoğunluğu, vergi mevzuatının kendileri için engel oluşturmadığını ancak çalıştıkları sektördeki yasal düzenlemelerin kadın girişimcilere destek vermediğini düşünmektedir. Ayrıca kadın girişimciler, nadiren de olsa girişimcinin kadın olmasının erkek çalışanı yönlendirmekte sorun teşkil ettiğini belirtmiştir. Yine kadınların tamamına yakını kadın olmanın elemanlar hakkında duygusal karar vermeye neden olmadığını ve müşterilerle iyi ilişkiler kurma konusunda kadın olmanın bir avantaj olduğunu düşünmektedir.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre kadın girişimciler genel olarak, finansal kurumların kendilerine yardımcı olduğunu, kadın olmanın kefil veya kredi gibi konularda sorun oluşturmadığını ve devletin kadın girişimcilere finansal destek sağladığını belirtmiştir. Yine kadın girişimciler, aldıkları eğitimin girişimcilikte kendilerine destek olduğunu, girişimcilik konusundaki eğitimlerle işlerini geliştirdiklerini ve işle ilgili eğitim ve seminerlerin de kendilerine katkı sağladığını düşünmektedir.

Elde edilen bulgulara göre kadın girişimcilerin çoğunluğu, Sivas ilindeki kadın girişimcilerin örgütlenme konusunda etkin olmadığını buna bağlı olarak da işle ilgili yenilik ve gelişmelerden haberdar olamadıklarını, şehirdeki mesleki kurumlardan destek görmediklerini ve kadın olmanın örgütlenme konusunda avantajının olmadığını düşündükleri tespit edilmiştir.

Toplum içerisinde, kaynak ve fırsatlara erişim anlamında erkeklerle eşit imkânlarla sahip olmayan kadınlar sosyal dışlanmışlık hissetmektedir. Kadınların ücretsiz aile çalışanı olarak görüldüğü ülkemizde toplumsal cinsiyet eşitliğinden bahsetmek fazla mümkün görünmese de her geçen gün kadınların çalışma hayatında yer alma oranları artış göstermektedir. Kadınlar daha çok kadın işi olarak tabir edilen alanlarda istihdam edilmektedir. Dolayısıyla kadınların, sanayi ve hizmet sektöründe çalışma oranları düşüktür. Bu sektörde çalışan kadınların erkeklerle aynı işleri yapmalarına rağmen erkeklerle aynı ücreti almamaları onları kendi işlerini kurmaya, kendi kendilerinin patronu olmaya yönlendirmiştir.

Girişimcilik yolunda adım atan kimi kadınlar bu süreçte karşılaştıkları sorunlarla mücadele edip kendi işlerini kurmakta başarılı olurken kimi kadınlar ise bu sorunlarla mücadele edemediklerinden kendi işlerini kurmaktan vazgeçmektedir. Bu bağlamda girişimci kadınların karşılaştıkları sorunların gerek devlet eliyle gerekse diğer kurum ve kuruluşlar tarafından en aza indirilmesi gerekmektedir.

Ülkemizde kadın girişimcilerin çözülmeyi bekleyen onlarca sorunu bulunmaktadır. Bu kapsamda sorunların çözümünde en etkili yollardan birisi girişimciliğin okullarda ders olarak okutulmasıdır. Üniversitelerde, özellikle de işletme bölümlerinde girişimciliğin seçmeli değil zorunlu ders olarak öğrencilere verilmesi gerekir. Böylelikle girişimci kişilik bireylere kazandırılarak kendine güveni tam, risk almaktan çekinmeyen, farklı bakış açılarıyla krizleri fırsata çeviren bireyler yetiştirilebilir. Verilen bu eğitim zamanla toplumsal değer yargılarının değiştirilmesine ve kadınların da en az erkekler kadar toplumsal alanda yer almasına katkı sağlayabilir.

Kadınların girişimci olurken en fazla kiraların yüksek olmasından dolayı sorun yaşadıklarından bahsedilmişti. Bu anlamda kiraların belirli bir seviyede tutulması ve vergi indirim yapılması bu sorunun çözümünde etkili olabilir. Araştırma sonuçlarına göre deneyim sahibi olan kadınların da iş kurma süreçlerinde zorluk yaşadıklarını görmekteyiz. Bu anlamda kurum ve kuruluşların verecekleri eğitimlerle bu eksiklikler giderilebilir. Yine bir diğer sorun olan sermaye temini konusunda bankaların düşük faizli, yüksek limitli krediler vermek suretiyle kadınların sermaye arayışına girmeden bankalara borçlanarak kendi işletmelerini kurmaları sağlanabilir.

Kadın girişimcilerin iş kurma sürecinde karşılaştıkları önemli sorunlardan bir diğeri de pazarda tanınmamış olmalarıdır. Odaların önderliğinde girişimci kadın ve erkekler bir araya getirilerek bir tanışma ortamı sağlanmalı ve pazar hâkimiyeti için bilgilendirme yapılmalıdır. Kadınların işletmelerinde kullanacakları materyallerin tedarik edilmesinde de yine odaların kadınlara öncülük etmesi kadınlar açısından faydalı olacaktır.

Erkek egemen bir toplum anlayışının hâkim olduğu ülkemizde kadınların karşılaştıkları ve belki çözülmesi en zor olan sorunlardan birisi de ailevi sorunlardır. Kadının yerinin evi olarak görüldüğü, kadınların iş hayatında geri planda bırakıldığı ülkemizde bu anlayışın değiştirilmesi için eğitimin daha ilk basamaklarında bireylere kadın- erkek eşitliğinin aşılması gerekir. Araştırmamızı gerçekleştirdiğimiz Sivas ilinde de aynı toplumsal yapının hâkim olduğunu ve kadınların, girişimcilik serüvenlerinde özellikle eşlerinden yeterli desteği almadıkları görülmektedir. Bu kapsamda belediye ve üniversiteler ortak seminerler düzenleyerek toplumun bilinçlendirilmesine katkı sağlayabilirler. Girişimci olmak isteyen kadınların cesaretlendirilerek girişimci olmaya teşvik edilmesi de gerekmektedir. Toplumun önemli bir kitle iletişim aracı olan televizyonun yerel kanallarında o yörenin başarılı olmuş kadın girişimcilerinin reklamları yapılarak kadınlar girişimci olmaya teşvik edilebilir.

Devletin ve bankaların kadın girişimcilere sermaye sağlanması yönünde uyguladıkları pozitif ayrımcılık politikalarından faydalanmak isteyen erkeklerin eşlerinin adına işletme açarak sermaye sağladıkları ancak işletmeyi kendilerinin yürüttükleri görülmektedir. Bu sorunun önüne geçilmesi amacıyla işyerlerinin belirli aralıklarla denetime tabi tutulması ve kadın adına olup ancak eşi tarafından işletilen işletmelerin gerekirse kapatılması gerekmektedir.

Kadınların girişimcilik ile ilgili sorunlarının çözüme kavuşturulması öncelikle kadının toplumda erkekle eşit oyun alanına sahip olmasını sağlayacak ve ülke nüfusunun neredeyse yarısını oluşturan kadınların hak ettikleri yere gelmelerini sağlayacaktır. Kadınların iş hayatında -özellikle girişimci olarak istihdam imkânı yaratan alanlarda- aktif olarak yer almaları ülke ekonomisine de önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Bu alışmada Sivas ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin iş kurma süreçleri ve sonrasında yaşadıkları sorunlar tespit edilmiştir. İleride yapılacak olan çalışmalarda, girişimci kadınların sosyolojik yapıları derinleştirilerek yaşanan sorunlara daha geniş kapsamlı çözüm nerileri sunulabilir. Yine evre illerle karşılaştırmalı olarak yapılan çalışmalar da kadın girişimciliği uygulamalarına katkı sağlayacak önemli bir noktadır. Son olarak Sivas ilinde faaliyet gösteren odaların kadın girişimciliğiyle ilgili yaptıkları çalışmalar incelenerek sunulacak önerilerle bu alanda yapılan faaliyetlerin arttırılması sağlanabilir.



KAYNAKÇA

- ADAÇAY, F. R.(2014). *Toplumsal Cinsiyet ve Kalkınma*. Bursa: Ekin Yayınları.
- AFŞAR, B., DOĞANALP, B. (2016). *Kadın Girişimciliği*. 1. Baskı. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- AHMAD, F. (2016). *Modern Türkiye' nin Oluşumu*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- AKDEMİR, A. (1999). *Girişim Kültürü (Para İle Mutlu Olunur mu?)*. Kütahya: Nadir Kitap.
- AKGÜL A., ÇEVİK, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.
- AKPINAR, S. (2009). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- AKŞİN, S. (2014). *Jön Türkler ve İttihat ve Terakki*. 8. Baskı. Ankara: İmge Yayınları.
- AKTAŞ, G. (2013). Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 30(1): 53-72.
- ALIBASH TUSKAN, A. (2012). Toplumsal Cinsiyet: Toplumda Kadına Bıçilen Roller ve Çözümleri. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 25(99): 445- 449.
- ALPAY, A. (2012). "Girişimci Ekosistemi". *Girişimciliğin Altın Kuralları Türkiye İçin Uzman Önerileri*. Ertuğrul Belen ve Taylan Demirkaya (drl). İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım. (ss:11-18).
- ALPŞAHİN, U. (2011). *Kadın Girişimcilerin Başarı Faktörleri: Farklılık Yaratan Stratejilerin Çözülmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ALTUNIŞIK, R., COŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S. ve YILDIRIM, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. 5. Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- APAK, S., TAŞCIYAN, K.H., ve AKSOY, M. (2010). *Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri*. 1. Baskı İstanbul: Papatya Yayıncılık.

- ARIKAN, S. (2002). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BALABAN, Ö., ÖZDEMİR, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2) :133-147.
- Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (2008), *Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008-2013*. Ankara.
- BAŞÇI NUR, H., ERATAŞ, F. (2013). Kültür Farklılıkları Ekseninde Girişimcilik Anlayışındaki Değişimler ve Yabancı Girişimcilik. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 1(1) :155-171.
- BERBER, M., YILMAZ, B. (2008). Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz. “İş, Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*. 10(2): 1-16.
- BİNGÖL, O. (2014). Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye’de Kadınlık. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Özel Sayı I, 108- 114.
- BORATAV, K. (2008). İktisat Tarihi 1908- 1980. Ed. Sina Akşin. *Çağdaş Türkiye*. 10. Baskı, İstanbul: Cem Yayınevi.
- BOZKURT, Ç.Ö. (2011). *Dünyada ve Kadın Girişimciliği Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- BÜLBÜL, Y. (2010). *Osmanlı’dan Cumhuriyete Özel Girişimciliğe Yönelik Devlet Politikaları*. İstanbul: Ekonomik ve Sosyal Tarih Yayınları.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- CANSIZ, M. (2013). *Türkiye’nin Yenilikçi Girişimcileri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayın No:2850.

- CİCİ, E.N. (2013). *Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇETİN, H. (2006). *Modernleşme Krizi İdeoloji ve Ütopya Arasında Türkiye*. Ankara: Orion Yayınları.
- ÇETİNEL, E., ERSOY YILMAZ, S. (2016). Feminist Teori: Yönetim ve Organizasyon Alanına Eleştirel Bir Yaklaşım. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(2): 119-148.
- ÇOBAN, Y. (2014). *Türkiye Ekonomisi*. 4. Baskı. İstanbul: İkinci Sayfa Yayınları.
- ÇÖĞÜRCÜ, İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi. *Konya Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/1133/1048> (Erişim Tarihi: 19 Nisan 2017)
- DALKIRANOĞLU, T. (2006). *Çalışma Yaşamında Kadın İşgücü ve Cinsiyet Ayrımcılığı: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DİLSİZ, İ., KÖLÜK, N. (2008). *Meslek Yüksekokulları İçin Girişimcilik*. Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.
- DİRİMTEKİN, H. (1989). *Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınları.
- ECEVİT, Y. (2007). *Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım* 1. Baskı. Ankara: Uluslararası Çalışma Ofisi (ILO).
- ERDOĞAN, Z. (2012). *Girişimcilik ve Kobiler*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- ERDUN, Ş. (2011). *Kadın Girişimcilerin Risk Alma Eğilimi ve Kendine Güven Özellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Zonguldak: Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- FİNDLEY, C.V. (2012). *Modern Türkiye Tarihi*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayıncılık.

- FUKUYAMA, F. (2016). *Tarihin Sonu ve Son İnsan*. Çev. Zülfü Dicleli. İstanbul: Profil Yayıncılık.
- GALINDO, M.A., RİBEİRO, D. (2012). *Women's Entrepreneurship and Economics*. Springer. London.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor): *What Is GEM?* <https://www.gemconsortium.org/> (Erişim Tarihi: 30 Nisan 2018)
- GEM, 2012 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/48545> (Erişim Tarihi: 30 Nisan 2018)
- GEM, 2013 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/48772> (Erişim Tarihi: 30 Nisan 2018)
- GEM, 2014 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/49079> (Erişim Tarihi: 30 Nisan 2018)
- GEM, 2015- 2016 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/49480> (Erişim Tarihi: 30 Nisan 2018)
- GÖÇMENLER, S. (2008). *Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Kadın Erkek Eşitliği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÖKALP, İ.E. (2008). *Türkiye'de Kadın Girişimciler ve Kadın Yöneticiler*. (Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÜL, SALLAN, S., ALTINDAL, Y. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün mü? *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 21(4): 1361-1377.
- GÜLDAVAL, K.T. (2016). *Orta Gelir Tuzağı ve Kadın Girişimciliği*. İzmir: Nobel Yayıncılık.
- GÜLEÇ, S. (2011). *Kadın Girişimciliği Karaman Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GÜLER, B.K. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. 1. Baskı. Ankara: Efil Yayınevi.

GÜNEY, S., ÇETİN, A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(1):189- 210.

_____ ve YALÇIN, Ö. (2006). Girişimcilik ve Kültür. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(2): 53-77

_____, NURMAKHAMATULY, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.10(18): 62-86.

HANCI, A. (2004). *Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

HEYWOOD, A. (2015). *Siyasi İdeolojiler*. 9. Baskı. Ankara: Adres Yayınları.

HISRICH, R. D., PETERS, M.P. (2002). *Entrepreneurship*. USA: McGraw – Hill Education.

<http://www.halkbankkobi.com.tr/channels/KGF-Teminatli-Kadin-Girisimci-Kredi-Paketi/1686>

(Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2018)

<https://paratic.com/kadin-girisimcilere-kredi-veren-bankalar/> (Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2018)

<https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/soylesiler/dunyadan-kadina-tesvik/> (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2018)

<https://www.dunya.com/is-dunyasi/ilter-kadin-girisimcilerimiz-dunya-ortalamasinin-iki-puan-altinda-haberi-412510/> (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2018)

<https://www.incgirisim.com.tr/rehber-131-kosgeb-kadin-girisimci-destekleri.aspx> (Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2018)

İPLİK, E. (2012). *Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

- İRMIŞ, A., DURAK, İ. ve ÖZDEMİR, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- KADIOĞLU, S. (2001). *Bitmeyen Savaşım: Kadın Hareketleri Tarihi*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- KALKAN, B. (Ed.), BAŞDEMİR, H.Y. (Ed.). (2017). *Siyasi İdeolojiler* (S.153-170). Ankara: Liberte Yayınları
- KANTAR, M. (1999). Girişimcilik ve Kırsal Kadınlar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*. (4): 29-42.
- KARAGÖZ, Y. (2016). *SPSS ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Ankara: Nobel Yayınları.
- KAYA, A. (2007). *Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- KAYPAK, Ş. (2014). Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısından Kente Bakmak. *Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 7(1): 344-357.
- KESKİN, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 9 (1): 71-94.
- KIRKWOOD, J. (2009). Motivational Factors In A Push-Pull Theory Of Entrepreneurship.” *Gender in Management: An International Journal*. 24(5): 346-364. <https://doi.org/10.1108/17542410910968805/> (Erişim Tarihi: 28 Mayıs 2018)
- KIRZNER, I.M.(1997). Entrepreneurship Discoveryand the Competitive Market Process: An Austrian Approach, *Journal of Economic Literature*. 35(1): 60-85.
- KÖK, S.B. (2007). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Kadın Girişimciliği*. Ankara: Denizli Ticaret Odası Ekonomik Araştırma Serisi Yayın No:1
- KGF. (2018). *Faaliyet Raporu 2017*.
- KSGM. (2008). *Türkiye’de Kadının Durumu*. Ankara: KSGM Yayınları.
- LEVİ, L. (1885), *Wages and Earnings of the Working Classes*. Report to Sir Arthur Bass. M.P. London: John Murray.

- MARX, K., ENGELS, F. (2013). *Siyasi Yazılar*. Çev. Ahmet Fethi, İstanbul: Hil Yayınları.
- MUTLU, S. (2015). *Geleneksel Kimlikle Modern Kimlik Arasında Sıkışan Girişimci Kadınlar*. Almanya: Türkiye Alim Kitapları.
- NAKİP, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- ONAY, Ü.G. (2013). *Kadın Girişimciliğini Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler: Isparta KOSGEB Girişimcilik Destekleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖNCE, A. G., MARANGOZ, M., ERBOY, N. (2014) “Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi”, International Conference On Euroasion Economies, <http://avekon.org/papers/1041.pdf> (Erişim Tarihi: 15 Mart 2019).
- ÖRS, H. B. (Ed.). (2016). *19. Yüzyıldan 20. Yüzyıla Modern Siyasal İdeolojiler*. (S.413-475). 9. Baskı. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- ÖZDEVECİOĞLU, M., ÇELİK, C. (2000). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri Ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. *8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri* (ss.487-498). Düzenleyen Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Kayseri. 25-27 Mayıs 2000.
- ÖZGENER, Ş. (2003). Girişimcilikte Stratejik Bir Yaklaşım:Teknoloji İnkübatörleri. *11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*. Düzenleyen Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Afyon. 22-24 Mayıs 2003.
- ÖZTÜRK, M.D., ARSLAN, İ.K. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri.
- ÖZYILMAZ, A. M. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- PAMUK, Ş. (2017). *Türkiye'nin 200 Yıllık İktisadi Tarihi*. 8. Baskı. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- PARLA, T. (2009). *Ziya Gökalp, Kemalizm ve Türkiye'de Korporatizm*. 6. Baskı. İstanbul: Deniz Yayınları.
- RUSKIN, J. (2016). *Susam ve Zambaklar*. Çev. Türkan Turgut. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- SOYSAL, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 65(1): 83-114.
- ŞAHİN, E. (2006). *Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ŞEKERLER, H. (2006). *Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri*. (Yüksek Lisans Tezi) Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ŞENEL, A. (2006). *Kemirgenlerden Sürüngenlere İnsanlık Tarihi*. İstanbul: İmge Yayınları.
- TEKELİ, İ., İLKİN, S. (1983). *1929 Buhranında Türkiye'nin İktisadi Politika Arayışları*, Türkiye Belgeseli İktisat Tarihi Serisi No:2. Ankara: ODTÜ Yayınları.
- TEKİN, M. (2005). *Girişimcilik*. Konya: Günay Yayıncılık.
- _____ (2006). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Konya: Güney Ofset.
- TİKİCİ, M., AKSOY, A. (2009). *Girişimcilik ve Küçük İşletmeler*. Ankara: Nobel Basımevi.
- TİTİZ, T. (1994). *Girişimcilik: Ulusça Zenginliğe Açılan Kapı*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- TOKSÖZ, G. (2007). *Türkiye'de Kadın İstihdamının Durumu*. 1. Baskı. Ankara: Uluslararası Çalışma Örgütü Yayınları.
- TOP, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. 1.Baskı. İstanbul: Beta Yayınevi.
- TOPRAK, Z. (2012). *Türkiye'de Milli İktisat 1908-1918*. İstanbul: Doğan Kitap.

- TÖKİN, İ. H., (1946). *İktisadi ve İçtimai Türkiye*. (Cilt:3 Rakamlarla) T.C. Başbakanlık İstatistik Genel Müdürlüğü Yay.No: 251, Ankara.
- TÜGİAD. (1993). *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri*. İstanbul: Simge Matbaacılık.
- TÜİK, (2018). Eğitim Durumlarına Göre İşgücüne Katılım Oranları. (<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr>) (Erişim Tarihi: 11 Nisan 2019)
- Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018, S:50
- Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (2018). *Faaliyet Raporu 2015-2017*.
- TÜRKÖNE, M. (Ed. (2005). *Siyaset* (S.559-589), Ankara: Lotus Yayınevi.
- TÜSİAD (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- ÜNSAL, S. (2017). *Milliyet Gazetesi*, 25.08.2017 tarihli yazısı. (<http://www.milliyet.com.tr/serkan-unsal/kadin-girisimci-oranlarinda-teknoloji-2508407/>) (Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2018)
- ÜRPER, Y. (2015). *Girişimcilik ve İş Kurma*, TC Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2555, Eskişehir.
- VINAY, D., SINGH, D. (2015). Status and Scope of Women Entrepreneurship. *Universal Journal of Management* 3 (2): 43-51.
- YOZGAT, F. (2001). *Bilimsel Araştırma Metodları*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- YURTSEVEN,H.R. (2007). *Girişimcilik Küçük Bir İşletme Kurmak ve Yönetmek*. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.

EK

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu; Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yapılan yüksek lisans tezinin araştırma kısmında kullanılmak amacıyla hazırlanmıştır. Ankete vermiş olduğunuz yanıtlar sadece bilimsel bir amaca hizmet etmek üzere kullanılacaktır ve kesinlikle gizli kalacaktır. Herhangi bir olumsuzluk durumunda mail adresimden ulaşabilirsiniz. Araştırmaya sağladığınız katkılardan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

HAZIRLAYAN

Aslıhan ÇİÇEK
G.O.P. Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon
Yüksek Lisans Öğrencisi
aslizer60@hotmail.com

BÖLÜM 1

***Bu bölümde kişisel bilgiler istenmektedir. Lütfen size uygun seçeneği (X) işaretleyiniz.**

1) Yaş

18-25 26-35 36-45 46-55 56 ve üzeri

2) Eğitim

Okuryazar İlköğretim Lise Lisans Lisans Üstü

3) Medeni durum

Evli Bekâr Ayrılmış

4) Çocuğuz var mı? Varsa kaç tane?

Yok 1 2 3 4 ve üzeri

5) Eşinizin mesleği

İşçi Memur Serbest meslek Girişimci Emekli Diğer

6) Babanızın mesleği

İşçi Memur Serbest meslek Girişimci Emekli Diğer

7) Annenizin mesleği

İşçi Memur Ev hanımı Girişimci Emekli Diğer

8) İş tecrübesi

0-5 yıl 6-10 yıl 11-20 yıl 21 yıl ve üzeri

9) Aylık geliriniz

0-500 501-1000 1001-2000 2001-3000 3001 ve üzeri

10) İşletmenizin faaliyet süresi

0-1 yıl 2-4 yıl 5-7 yıl 8-10 yıl 11 yıl ve üzeri

11) İşletmenizin faaliyet gösterdiği sektör

Üretim- İmalat Pazarlama / Satış Hizmet Diğer

12) İşletmenizde çalışan sayısı

25 kişiden az 25-49 50-99 100-199 200-499 500 ve üzeri

13) İşletme ortağınız var mı? Varsa yakınlığı?

Yok Eşim Arkadaşım Ailem Akrabam Diğer

BÖLÜM 2

**Girişimci olmanızda sizi etkileyen nedenlere ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkki işaretleyiniz.*

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	NEDENLER					
1	Aile ihtiyaçlarını karşılamak için					
2	Ekonomik bağımsızlık için					
3	Mesleğimi yapmak için					
4	İş yaşamına atılmak için					
5	Sosyal ilişkiler için					
6	İdealimi gerçekleştirmek için					
7	Zamanımı değerlendirmek için					
8	Kendimi gerçekleştirmek için					
9	Diğer insanlara faydalı olabilmek için					
10	Diğer (Belirtiniz):					

**İşinizi kurarken karşılaştığınız sorunlara ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkki işaretleyiniz.*

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	ZORLUKLAR					
1	Sermaye temininde zorlandım.					
2	Bürokratik işlemlerle uğraşmak beni çok zorladı.					
3	Deneyimim olmadığı için zorlandım.					
4	Uygun yeri bulmakta zorlandım.					
5	Bulduğum şehirde kiraların yüksek olması beni zorladı.					
6	Uygun eleman temininde zorlandım.					
7	Uygun materyal temininde zorlandım.					
8	Pazarda tanınmamış olmak					
9	Aile ile ilgili sorunlar					
10	Diğer (Belirtiniz):					

BÖLÜM 3

**Aşağıdaki kadın girişimcilikle ilgili sorunlara ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkki işaretleyiniz.*

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Toplumun erkek egemen olmasının kadın girişimciliğine olumsuz etkileri yoktur.					
2	Yaşadığım şehirdeki kadınlar girişimcilik konusunda birbirine destek vermektedir.					
3	Kendi işimi kurmam ile toplumdaki yerim önem kazandı.					
4	Yaşadığım şehirdeki aile yapısı kadınların girişimci olmasını desteklemektedir.					
5	Eşimin işe girişimimdeki desteği cesaretimi arttırdı.					
6	Çevremde girişimciliğe atılmamda bana örnek olan ve yol gösterenler olmuştur.					
7	Ailemin sosyal yapısı kendi işimi kurmamda bana destek oldu.					
8	Çevremden kendi işimi kurma kararım olumlu tepkilerle karşılandı.					
9	Pazardaki erkek rakipler kadın girişimciler konusunda bir sorun yaşamamaktadırlar.					
10	Sektörel ilişki ağı kadın girişimciler için kapalı değildir.					
11	Tedarikçi ilişkilerinde kadın girişimciler zorluk yaşamamaktadır.					
12	Sektörel çevrede kadın olmak işleri kolaylaştırmaktadır.					
13	Kadın olmak bulunduğum çevrede bürokratik engelleri halletmekte kolaylık sağlamaktadır.					
14	Vergi mevzuatı kadın girişimciler için engeller oluşturmamaktadır.					
15	Çalıştığım sektördeki yasal düzenlemeler kadın girişimcilere destek vermektedir.					
16	Siyasi yapılanma kadın girişimciliğini desteklemektedir.					
17	Girişimcinin kadın olması, erkek çalışanı yönlendirmekte bir sorun oluşturmamaktadır.					
18	Kadın olmak elemanlar hakkında duygusal karar vermeye neden olmamaktadır.					
19	Kadın girişimciler erkek – kadın ayrımı olmaksızın elemanları ile sağlıklı ilişkiler kurabilmektedir.					
20	Kadın olmak müşterilerle daha iyi iletişim kurmayı sağlamaktadır.					
21	Finans kurumlar kadın girişimcilere yardımcı olmaktadır.					
22	Kadın olmam kefil, kredi gibi konularda sorun oluşturmamaktadır.					
23	Devletin kadın girişimcilere finansal desteği bulunmaktadır.					
24	Kadın girişimciler için işletme sermayesi sağlamada erkek girişimcilerden daha farklı sorunlar yaşanmamaktadır.					
25	Aldığım eğitimler girişimcilikte bana destek olmuştur.					
26	Girişimcilik konusundaki eğitimlere katılmak işimi geliştirmeme destek olmuştur.					
27	İşimle ilgili eğitim ve seminerlere katılmak her zaman bana destek olmuştur.					
28	Yaşadığım şehir kadın girişimcilerin örgütlenmesi konusunda etkindir.					
29	Şehirdeki mesleki kurumlardan girişimcilik yolunda destek gördüm.					
30	Şehirdeki örgütlenme sayesinde işimdeki yeniliklerden ve desteklerden haberdar olabilmekteyim.					
31	Kadın olmam örgütlenme konusunda avantaj sağlamaktadır.					

BÖLÜM 4

*Devletten işiniz ile ilgili beklentilerinize ilişkin önermelere ne ölçüde katıldığınızı belirtmek için size en yakın şıkkı işaretleyiniz.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Vergi kolaylıkları getirilmesini beklerim.					
2	Bürokratik işlemlerin azaltılmasını beklerim.					
3	Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklerim.					
4	Rekabet koşullarının geliştirilmesini beklerim.					
5	Eğitim olanaklarının sağlanmasını beklerim.					
6	Teknik destek sağlanmasını beklerim.					
7	Diğer (Belirtiniz):					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Aslıhan ÇİÇEK

Doğum Tarihi : 07.11.1990

Doğum Yeri : Tokat

İletişim Bilgileri

Adres : Sivas Emniyet Müdürlüğü

E-posta : asliozer60@hotmail.com

İş Denevimi

Kasım-2015/Şubat-2016 : Tokat İl Özel İdaresi (Santral)

Eylül-2016 : Sivas Emniyet Müdürlüğü (Polis Memuru)

Eğitim Bilgileri

Lisans : 2007-2011 Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü

Yüksek Lisans : 2012-2019 Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı