

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**TÜRKİYE'DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN
FİNANSMAN KAYNAKLARINA ERİŞİM
OLANAKLARININ ANALİZİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:
Gamze ÖZGÜR

İstanbul, 2019

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**TÜRKİYE'DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN
FİNANSMAN KAYNAKLARINA ERİŞİM
OLANAKLARININ ANALİZİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:

Gamze ÖZGÜR

Öğrenci No:

165545240

Danışman:

Dr. Öğr. Üyesi Gülay SELVİ HANIŞOĞLU

İstanbul, 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**Türkiye’deki Kadın Girişimcilerin Finansman Kaynaklarına Erişim Olanaklarının Analizi**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 30/05/2019

Gamze ÖZGÜR

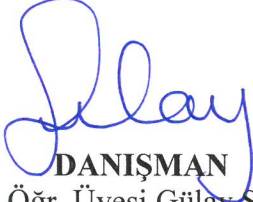


T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

30.05.2019

Enstitümüz *İşletme* Anabilim Dalı *İşletme Yönetimi* Programı yüksek lisans öğrencilerinden 165545240 numaralı **Gamze ÖZGÜR**'ün "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim – Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Türkiye'deki Kadın Girişimcilerin Finansman Kaynaklarına Erişim Olanaklarının Analizi*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 28.05.2019 tarih ve 2019/22 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin (c) bendi gereğince (12.9) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oyçaklığı/oybirliği~~ ile ~~Kabul/Red veya Düzeltme~~ kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

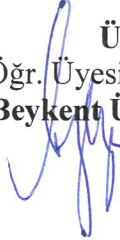


DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Gülay SELVİ HANIŞOĞLU
(Beykent Üniversitesi)



ÜYE
Doç. Dr. Cevdet KIZIL
(Medeniyet Üniversitesi)

ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Aybige ÖZER
(Beykent Üniversitesi)



Adı ve Soyadı : Gamze ÖZGÜR
Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Gülay SELVİ HANIŞOĞLU
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans Tezi, 2019
Alanı : İşletme Yönetimi
Anahtar Kelimeler : Girişimci, Girişimcilik, Kadın Girişimci, Finansman Kaynakları

ÖZ

TÜRKİYE’DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSMAN KAYNAKLARINA ERİŞİM OLANAKLARININ ANALİZİ

Girişimcilik, uzun yıllardır literatürde yer alan ve üzerine çalışmalar yapılan bir kavramdır. Bir ülkenin kalkınmasında girişimcilik faaliyetlerinin etkisi oldukça büyüktür. Bu çalışmada girişimcilik kavramı ele alınarak kadın girişimciliği olgusu incelenmiştir. Girişimcilik, tarihsel süreç içerisinde sadece erkeklere özgü bir faaliyet alanı olarak görülmüş olsa da günümüz koşullarında kadınların da bu alan içerisinde olduğu bilinmektedir. Ülke ekonomisinin kalkınması ve toplumsal rollerde yeni bir bakış açısı yaratmak için kadın girişimciliği oldukça önemli bir konu olmuştur. Kadın girişimciler, işletmelerini kurma aşamasında ve sonrasında en çok sorunu finansman temininde yaşamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişim olanaklarının neler olduğu üzerinedir. Çalışmada, kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerden, kadın girişimciliğin ekonomideki yerine kadar birçok konu ele alınmıştır. Yapılan çalışma ile kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişim olanaklarını ölçmek için 45 sorudan ve üç bölümden oluşan, 5’li Likert tutum ölçeğinin kullanıldığı bir anket uygulanmıştır. Analiz sonuçlarında, kendine güven faktörünün, algı faktörüyle negatif yönde bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Finansman temin yollarının faktörüyle algı faktörünün çok zayıf düzeyde ilişkili olduğu da araştırma sonuçların da elde edilmektedir.

Name and Surname : Gamze ÖZGÜR
Supervisor : Assist. Prof. Dr. Gülay SELVİ HANIŞOĞLU
Type and Date : Master, 2019
Major : Business Administration
Key Word : Entrepreneur, Entrepreneurship, Women Entrepreneur,
Sources of Finance

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF WOMEN ENTREPRENEURS POSSIBILITIES TO ACCESS FINANCIAL RESOURCES IN TURKEY

Entrepreneurship is a long-researched concept that has been in literature for many years. The impact of entrepreneurship activities in a country's development is quite significant. In this study, the concept of female entrepreneurship is tackled by examining the concept of entrepreneurship. Although entrepreneurship is seen only as an activity specific to men in the historical process, it is known that women are also in this area in today's business conditions. Women's entrepreneurship has been an important issue in creating a new perspective on the development of the national economy and social roles. Women entrepreneurs encounter most of their obstacles in financing during the process of establishing their businesses and beyond. The aim of this study is establishing the possibilities of financing for women entrepreneurs in Turkey. Many issues ranging from the factors directing women towards entrepreneurship to the place of women entrepreneurship in the economy are discussed in the study. In order to measure the access of women entrepreneurs to the sources of finance, a 5-point Likert scale questionnaire consisting of 45 questions and three chapters were utilized. In the results of the analysis, the self-confidence factor has a negative relationship with the perception factor. It is also discovered in the results of the research that the perception factor has a weak correlation with the factor of the means of financing.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZ

ABSTRACT

TABLolar LİSTESİ	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
KISALTMALAR	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ TANIMI, KAPSAMI ve ÖZELLİKLERİ

1.1.1.Girişimci ve Girişimcilik Kavramı	3
1.1.2.Girişimciliğin Önemi ve Özellikleri	5
1.1.3.Girişimci ve Girişimcilikle İlgili Benzer Kavramlar	13
1.1.4. Dünya’da ve Türkiye’de Girişimciliğin Oluşumu	14

1.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN TANIMI, GELİŞİM SÜRECİ ve ÖNEMİ

1.2.1.Kadın Girişimci Kavramı	22
-------------------------------------	----

1.2.1.1.Kadın Girişimcilerin Özellikleri	23
1.2.2.Kadın Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci	25
1.2.3.Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler	27
1.2.3.1.Kadın Girişimci Tipleri	29
1.2.4.Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Önemi	31
1.2.4.1.Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Mevcut Durumu	33

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSMAN KAYNAKLARINA ERİŞİM OLANAKLARI

2.1.TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN EKONOMİDEKİ YERİ, DESTEKLEYEN KURULUŞLAR ve KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

2.1.1.Kadın Girişimcilerin Ekonomideki Yeri	35
2.1.1.1.Kadın Girişimcilerin Sektör Tercihleri	37
2.1.1.2.Kadın Girişimciliğini Destekleme Politikaları	40
2.1.2.Türkiye’de Kadın Girişimcileri Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar	45
2.1.2.1.Kadın Girişimci Derneği (KAGİDER)	47
2.1.2.2.Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV)	48
2.1.2.3.Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	49
2.1.2.4.Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)	49
2.1.2.5.Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)	50

2.1.2.6.Destek Veren Diğer Kurumlar	51
2.1.3.Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar	52
2.1.3.1.Makro Boyuttaki Sorunlar	53
2.1.3.2.Mikro Boyuttaki Sorunlar	55
2.2.TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE FİNANSAL ve BÜROKRATİK KISITLAMALAR	
2.2.1.İşgücü Piyasasında Çalışan Profili	57
2.2.1.1.Çalışan Kadın Profili	59
2.2.2.Kadın Girişimcilerin Finansal Anlamda Risk Alması	62
2.2.3.Kadın Girişimcilerin Temel Sorunları, Çözüm Yolları ve Yerel Yönetimin Rolü	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSMAN KAYNAKLARINA ERİŞİM OLANAKLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1.Araştırmanın Amacı	67
3.2.Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları	67
3.3.Araştırmanın Yöntemi	68
3.4.Araştırmaya Cevap Veren Örneklere Ait Temel Karakteristik ve Demografik Veriler	70
3.5.Güvenilirlik Analizleri	78
3.6.Faktör Analizi	80

3.6.1.Faktör Analizlerinin Değerlendirilmesi	81
3.7.Korelasyon Analizi	86
SONUÇ	89
KAYNAKÇA	94
EKLER	102
Ek-1 Anket Formu.....	102



TABLULAR LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Girişimcilerin Temel Özellikleri	8
Tablo 2. Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar	17
Tablo 3. Kadın Girişimcilerin Özellikleri	24
Tablo 4. Beynin Sağ ve Sol Bölümlerinin Özellikleri	25
Tablo 5. Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri	28
Tablo 6. Kadın Girişimci Tipleri	30
Tablo 7. Kadınların İşgücüne Katılma Oranları – 2014/2018 (%)	33
Tablo 8. Kadın ve Erkeklerin İstihdam Oranı – 2014/2018 (%)	34
Tablo 9. Cinsiyete Göre Seçilmiş Göstergeler – 2016 (%)	36
Tablo 10. Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar	42
Tablo 11. Kadın Girişimcileri Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar	47
Tablo 12. KAGİDER’in 8 Ana Stratejisi	48
Tablo 13. Türkiye ile OECD İstihdam Edilme ve İşsizlik Oranları – 2017	58
Tablo 14. Eğitim Durumu ve Cinsiyete Göre İşsizlik Oranları – 2015/2018	59
Tablo 15. Kayıt Dışı İstihdam Oranının Zaman İçindeki Değişimi	61
Tablo 16. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İllere Göre Dağılımı	71

Tablo 17. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Yaşa Göre Dağılımı	72
Tablo 18. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Medeni Durumuna Göre Dağılımı	72
Tablo 19. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayısı Dağılımı	73
Tablo 20. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	74
Tablo 21. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı	75
Tablo 22. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdiği Sektörlere Göre Dağılımı	76
Tablo 23. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinde Çalıştırdığı Kişi Sayısı Dağılımı	77
Tablo 24. Cronbach's Alpha Katsayısının Değerlendirilmesi	78
Tablo 25. Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi	78
Tablo 26. Değişkenlerin Güvenilirlik Analizleri	79
Tablo 27. KMO Geçerlilik Değerleri	80
Tablo 28. Ölçeklerin Faktör Analizi	81
Tablo 29. Kadın Girişimcilerin Kendine Güven Ölçeğinin Faktör Analizi	81
Tablo 30. Kadın Girişimcilerin Kendine Güven Ölçeğinin Bileşen Matrisi	82
Tablo 31. Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynaklara Ulaşmaya Yönelik Tutum Ölçeğinin Faktör Analizi	83
Tablo 32. Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynaklara Ulaşmaya Yönelik Algı Ölçeğinin Faktör Analizi	83

Tablo 33. Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynaklara Ulaşmaya Yönelik Algı Ölçeğinin Bileşen Matrisi	84
Tablo 34. Kadın Girişimcilerin Finansman Temin Yolları Ölçeğinin Faktör Analizi	84
Tablo 35. Kadın Girişimcilerin Finansman Temin Yolları Ölçeğinin Bileşen Matrisi	85
Tablo 36. Değışkenlere Ait Korelasyon Analizi	87
Tablo 37. Araştırma Hipotezleri Kabul Çizelgesi	88



ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1. Yenilik Süreci Modeli	7
Şekil 2. Yeni İşletme Sahiplerinin Çalışma Saatleri	11
Şekil 3. Dünya'daki Potansiyel Girişimciler	16
Şekil 4. Kadınların Girişimci Olma Nedenleri	29
Şekil 5. Kadın İstihdamının Sektörel Dağılımı – 2015	37
Şekil 6. Kadın Girişimcilere Destek Veren Kurumlar	39
Şekil 7. Kadın Girişimcilerin İş Kurarken Destek Alma Süreçleri	46
Şekil 8. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Üyeleri Tarafından Sağlanan İstihdam	50
Şekil 9. Kadın Olmanın Girişimcilik İçin Zorluklarından Söz Eden Kadın Girişimciler	51
Şekil 10. Araştırma Hipotezleri Modeli	69

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ASPB	: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı
C.	: Cilt
ÇSGB	: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
DB	: Dünya Bankası
GB	: Garanti Bankası
GEM	: Global Entrepreneurship Monitor
HB	: Halk Bankası
İşKUR	: Türkiye İş Kurumu
İTÜ	: İstanbul Ticaret Üniversitesi
KAGİDER	: Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	: Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
KMO	: Kaiser Mayer Olkin
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	: Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü
MEKSA	: Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı
OECD	: Organisation for Economic Cooperation and Development

s.	: Sayfa
S.	: Sayı
ss.	: Sayfa Sayısı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TDK	: Türk Dil Kurumu
TEB	: Türkiye Ekonomi Bankası
TESK	: Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
TESKOMB	: Esnaf ve Sanatkârlar Kefalet Kooperatifi
TKDK	: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
TKV	: Türkiye Kalkınma Vakfı
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSKB	: Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
TÜGİAD	: Türkiye Genç İş Adamları Derneği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türkiye Sanayiciler ve İş Adamları Derneği
YLT	: Yüksek Lisans Tezi

GİRİŞ

Girişimcilik, ülkelerin ilerlemesinde kilit rol oynayan bir faaliyet haline gelmektedir. Günümüzde artık sadece erkeklerin değil kadınlarında girişimcilik faaliyetlerinde bulunması oldukça önemli gelişmelerden biridir. Girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak isteyen ya da faaliyetlerini devam ettirmek için mücadele eden kadın girişimcilerin sorunlarına bu çalışmada yer verilmiştir. Kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirme süreçlerinde en büyük sorunlardan biri, sermaye sorunudur. Bu çalışmanın temel amacı, kadın girişimcilerin iş kurma ya da yürütme süreçlerinde finansman kaynaklarını temin etme yollarının neler olduğu üzerinedir.

Kadınların işgücü piyasasına girmeleri çok eski tarihlere dayanmakla birlikte, günümüz koşullarında kadınları istihdam piyasalarında farklı iş kollarında görebilmekteyiz. Artık kadınlar sadece kadına özgü olan işlerde değil kendi özgüveni, becerisi, tecrübesi ve cesaretiyle farklı istihdam piyasalarında da varlığını göstermektedir. Türkiye’de kadınların, istihdam piyasasında farklı sektörlerde kendi kurmuş oldukları işleri yürütmekte olduğunu görmekteyiz. Girişimcilik gibi önemli bir sektörde kadınların incelenmesi bu çalışma için oldukça önemlidir.

Çalışmanın birinci bölümünde girişimci, girişimcilik kavramları, Dünya’da ve Türkiye’de girişimciliğin oluşumu, önemi ve kadın girişimciliği kavramı, tarihsel süreci ile kadın girişimci tipleri ele alınmıştır. İkinci bölümde, kadın girişimcilerin ekonomideki yeri, sektör tercihleri ve kadın girişimcileri destekleyen kurum ve kuruluşlara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, araştırmanın konusuna, amacına, yöntemine ve analiz ile bulgularına yer vererek kadın girişimcilerin kendine olan güvenleri ve finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algılarının finansman temin yolları üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Araştırma için gerekli olan bilgiler internet yoluyla oluşturulan anket aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu yüksek lisans tez aşamasında toplam 84 kadın girişimci ile anket gerçekleştirilmiştir. Ankette 3 bölümden oluşan toplam 45 soru

sorulmuştur. Birinci bölümde kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve işletmelerine ilişkin 8 adet soru sorulmuştur. Kalan 37 soru ise değişkenlere yönelik sorulardır. Yapılan anket ile kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişimlerinde nasıl bir davranış sergiledikleri ve finansman kaynaklarına erişebilmek için hangi olanakları değerlendirdikleri ölçülmeye çalışılmaktadır.

Araştırmada ankete destek sağlayan kurumların farklı şehirlerde olmasından dolayı kadın girişimcilere anketin internet ortamında online uygulanması gerekmiştir. Anketin online uygulanmış olması geri bildirimlerin yüksek olmaması bir kısıt oluşturmaktadır. Ankete katılan kadın girişimcilerin yoğun iş programları ve seyahatlerinden ötürü anket yapmaya yönelik zaman sıkıntıları yaşanmıştır. Aynı zamanda kadın girişimcilere sürekli anket gönderilmesinden dolayı rahatsız olmaları hususu da anketlerin cevaplanmasında bir kısıt oluşturmuştur.

Bu çalışmada, Türkiye’de kadın girişimcilerin kendine olan güvenleri, finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik tutum, algı ve ilgilerinin finansman temin yollarına ulaşmasına yönelik etkisi incelenmiştir. Çalışmada, Türkiye’de kadın girişimcilerin kendilerine olan güvenlerinin finansman temin yollarına ulaşması üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ TANIMI, KAPSAMI ve ÖZELLİKLERİ

1.1.1.Girişimci ve Girişimcilik Kavramı

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren insanoğlu yaşamını devam ettirebilmek için birtakım ihtiyaçları giderme çabası içinde olmuştur. Yaşamın devam edebilmesi ve ihtiyaçların karşılanması büyük önem arz etmektedir. İnsanın gerçekleştirdiği bu eylem, girişim olarak ifade edilmektedir. Girişim kelimesinden türeyen girişimci kavramı, Türk Dil Kurumu’nda (TDK) “üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse” anlamında ifade edilmektedir (TDK 2018, 22/11/2018). Girişimci kavramı, 18. yüzyıldan itibaren birçok tanımla literatürde yerini almıştır ancak özellikle ekonomistler tarafından farklı tanımlamalarla gündeme gelmektedir.

Girişimci, elindeki kaynaklar konusunda bir tahminde bulunarak işini planlayan, insan kaynaklarını bir düzen içerisinde tutarak eldeki kaynakların değerlendirilmesini sağlayan, işin sonunda kâr elde etmeyi hedefleyen, planlarının sonucunda elde ettiği veriyi tüketicilere sunan kişidir tanımlamasında bulunmuştur (Erdoğan 2008, 7). Her birey tanımlamada belirtilen unsurlar neticesinde bir girişimci adayı olabilmektedir.

Girişimci kelimesi, zaman içerisinde birçok forma bürünerek girişimcilik kelimesini ortaya çıkarmıştır. Girişimcilik kavramı ilk olarak Türkçe literatüründe “müteşebbislik” kavramı ile karşılanmaktaydı. Günümüz modern çağında girişimcilik kavramı, artık insanların hayatlarında daha tanıdık bir argüman olarak kendini göstermiştir. Böylelikle birçok kültür tarafından bilinmektedir. Girişimcilik, günümüzde yeni işletme kurma ya da oluşturma süreci olarak değerlendirilirken ulusal ve global ekonomiler için büyük önem taşımaktadır. Girişimcilikle beraber üretim ve yönetim alanında geleneksellikten daha modern bir yapıya geçilmesi durumu kaçınılmaz olmuştur. Girişimcilik kavramını literatürde birçok araştırmacı farklı

anlamlarda ve bakış açılarıyla yorumlamaktadır. Bu sebepten girişimcilik kavramının tek bir tanımlamayla sınırlı olmadığını söylemek mümkündür.

Girişimcilik kavramı, Latince dilinde “intare” olarak yer alırken İngilizce ’de ise “enter” ve “pre” kelimelerinin köklerinden gelmektedir. Bu kelimelerin birleşimi ile “entrepreneur” kelimesi karşımıza “ilk girişen” anlamıyla çıkmaktadır (Korkmaz 2000, 3). Girişimciliğin birçok tanımlaması olmasına rağmen ilk tanımlamayı 1755 yılında Fransa’da yaşamını sürdüren ancak İrlandalı ekonomist olan Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon’un girişimcilik tanımlaması, “henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi” olarak ifade edilmiştir (Tosunoğlu 2006, 4-5).

Girişimci, işini kuracağı sektördeki fırsatları takip eden ve belirleyen, belirlediği fırsatları tüketicinin isteklerine göre çeviren, elindeki kaynakları toplayarak bir işletme kuran ve bu işletmeyi risk alma durumuna göre kuran kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimci tanımlamasından sonra girişimciliği, kurulan işletmede belirsizliklerle ve risklerle birlikte kâr kazanmayı arzusu içinde olan bununla beraber kurulan işletmeyi büyütmeyi amaçlayan ekonomik organizasyon olarak tanımlamaktadır (Kölük ve Dilsiz 2005, 3). Girişimcilik için temel noktalar birçok tanımlamada da belirtilmektedir. Bunlar; oluşan fırsatların yakalanması ve değerlendirilmesi, pazardaki talepleri algılama ve karşılığını bulma, oluşacak ihtiyaçların bir araya toplanması ve en son aşamada da risk alabilmeyi yani başarı veya başarısızlığı öngörebilmeyi kapsamaktadır.

Girişimcilik terimi iş dünyasında 200 yıldan fazla süredir kullanılmasına rağmen, terimin anlamına ilişkin tartışmalar sürmektedir. Gelecek yıllarda da yeni tanımlamalarla girişimcilik kavramı, daha da zenginleşerek literatürde varlığını sürdürmeye devam edecektir.

1.1.2. Girişimciliğin Önemi ve Özellikleri

Bir toplumda girişimcilik ruhunun gelişmesi ile beraber girişimci sayısında sağlanan artış ülke kalkınmasına da büyük ivme kazandıracaktır. Ancak girişimcilik ruhunun gelişebilmesi tek başına gerçekleşen bir durum değildir. Girişimin gerçekleşebilmesi için gerekli olan belli başlı unsurlar vardır. Eğer ki bu unsurlar bütünüyle bir araya gelirse orada girişimcilik ruhunun gelişmesinde hiçbir sakınca yoktur.

Girişim için uygun ortamın sağlanması, yeni işletmelerin desteklenmesi ve pazarda kalıcılığın sağlanmasına dönük çabalar eş zamanlı olarak ele alınmalıdır. Bu önlemlerin bir arada başarılı biçimde uygulanması kıt olan ülke kaynaklarının en iyi biçimde kullanılmasını ve giderek girişimci sayısının artmasını sağlayacaktır. Bu nedenle girişimcilik konusuna hükümetlerin ekonomik politikalarında gerekli ağırlık verilmelidir. Bu konunun geri kalmış yönlerin kalkındırılmasında, istihdam olanaklarının ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasında oynadığı önemli rol göz ardı edilmemelidir.

Günümüzde girişimciliğe verilen önem daha da artmıştır. Bunun üç önemli nedeni bulunmaktadır. Bunlar:

- İşsizlik sorununun artması
- Yeni ekonominin gittikçe güçlenmesi
- Ekonomi ve işletme alanlarındaki teorik gelişmeler ve girişim genel kabulü (Efe 2016, 55).

Girişimci arzı ve talebi yöneterek faaliyetlerini gerçekleştirir. Girişimcinin başarılı ya da başarısız olması tamamen kendine ait bir sorumluluktur. Ancak başarının ya da başarısızlığın getirmiş olduğu sonuçlar tüm toplumu etkilemektedir. Rekabetin giderek keskinleştiği koşullarda girişimciliğin toplumsal yönü, başarıyı kolaylaştıran destek sistemlerini geçerli kılmıştır.

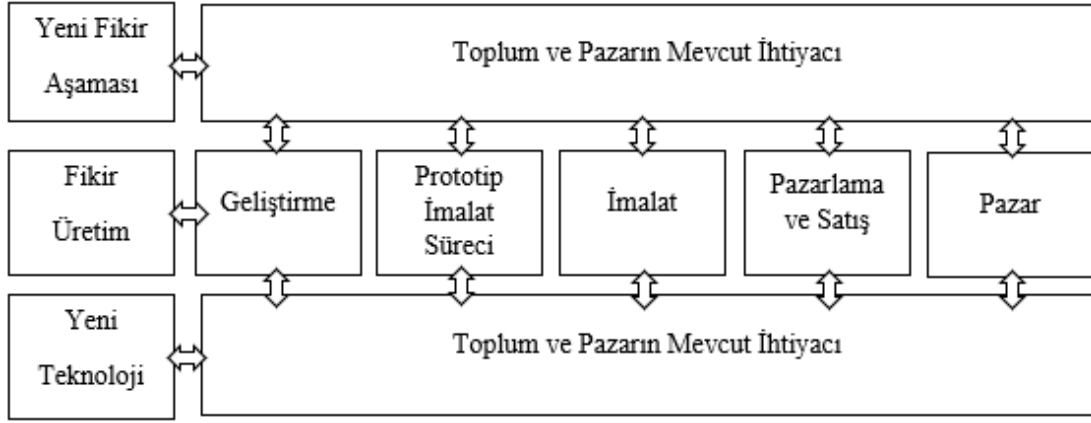
Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılması sürecinde baş aktördür. “Yeni Ekonomi” yenilikçiliğe dayandığından, üretim kaynaklarının, üretim araçlarının ve girdilerin değişik

şekillerde kullanılması, yeni fikirler ve tekniklerle ürünlerin yaratılması ve yayılması, yeni iş alanlarının açılması girişimci sayesinde mümkün olmaktadır. Türkiye gibi ekonomik adımlarını diğer gelişmiş ülkelerden daha hızlı atmak zorunda olan ülkeler, girişimcilik alanında ki başarısı hayati önem taşımaktadır.

Uluslararası girişimcilik endeksindeki verilere bakıldığında, 100 yetişkin içerisinde işletme sahibi olan kişilerin sayısı dikkate alındığında Türkiye, 29 ülkeden daha az sayıda girişimciye sahiptir. Diğer ülkelere baktığımızda Meksika'da şirket kuran sayısı %18,7, Amerika'da %11,7, İrlanda'da %12 iken Türkiye'de %4,6'lık bir orana sahiptir (Akın 2010, 12). Buradaki elde edilen verileri değerlendirirsek, Türkiye'nin girişimcilik teşvikinde ve girişimcilik konusunda bireyleri daha bilgi sahibi etmesi neticesinde daha iyi veriler elde edilecektir.

Türkiye'nin birçok ülkeyle arasındaki kalkınma farkını daha az bir seviyeye çekebilmesi ve bu süreçte Avrupa Birliği (AB) ile bir araya gelerek bu süreci başarılı geçirmek için yapması gereken bazı uygulamalar vardır. Rekabet ile girişimciliğin ileri bir seviyeye taşınması amaçlı yöntem ve politikaları, devlet, işçi ya da işveren bölümlerinin ortak çalışması ile en kısa zamanda oluşturması ve aktive etmesi gerekmektedir (Aytek 2009, 31). Türkiye'nin yaşadığı ağır işsizlik sorununun çözümü de yeni iş alanlarının açılmasına, işverende, işçi çalıştırma isteğinin canlandırılmasına bağlıdır.

Girişimci, toplumun ihtiyaç duyduğu eksikleri belirleyip bunlar üzerine yatırım yaparsa, burada girişimcinin de etkisiyle toplumsal refahta bir yükselme söz konusu olacaktır. Girişimcilik, toplumda değişime, iyileşmeye ve yükselmeye etki edebilecek en önemli faaliyetlerden biridir. Değişimin gerçekleştiği bir toplum, üretimi artırır ve büyüme sağlar. Bu değişim ve gelişim için en gerekli faktör ise yenilikçiliktir.



Şekil 1. Yenilik Süreci Modeli

Kaynak: Nilüfer Dilara Ar, *Türkiye’de Kadın Girişimcilere Uygulanan Teşvik Sistemi ve Yarattığı Ekonomik Değerler (2000-2015)*, Yüksek Lisans Tezi (YLT), Celal Bayar Üniversitesi, 2018, Sayfa (s.) 31.

Girişimci, Şekil 1’deki gibi yeni fikirlerin yaratılmasını, uygulanmasını ve yayılmasını hızlandırır. Girişimci ürettiği yeni fikir ile beraber ekonomik faaliyetlere katkı sağlayarak yeni istihdam alanlarının yaratılmasına ve üretimde de temel faktör oluşturur. Ortaya çıkarılan yeni fikir ile yeni sektörlerin ve endüstrilerin oluşmasına yol açar. Ele alınan bütün değerlerle girişimcilik, ülke kalkınmasında büyük önem taşımaktadır.

Girişimcilik kavramı literatürde çok fazla ele alınmıştır. Bu kavramın üzerine birçok akademisyen, teorisyen, bilim insanları vb. farklı farklı tanımlamalarda bulunmuş ve hepsi de farklı bir özellikten bahsetmiştir. Girişimciler kendi işlerini kurmaya kalkışan kişilerdir ve farklı sektörde farklı işlere girişmiş olsalar dahi muhakkak ortak noktaları bulunmaktadır. Aşağıdaki Tablo 1’de yapılan bazı araştırmalara göre girişimcilerin temel özellikleri verilmektedir:

Tablo 1. Girişimcilerin Temel Özellikleri

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mill	Risk alma
1917	Weber	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1934	Schumpeter	Yenilik, Önyak olma
1954	Sutton	Sorumluluğa istek duyma
1959	Hartman	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1961	McClelland	Risk alma, Başarı güdüsü
1963	Davids	Hırslı olma, Bağımsızlık isteği, Sorumluluk, Özgüven
1964	Pickle	İnsan ilişkileri, İletişim becerisi, Teknik bilgi
1965	Litzinger	Riski tercih etme, Bağımsızlık, Tanınma, Babacanlık, Liderlik
1965	Schrage	Doğru algılama, Güç motivasyonu, Gerginliğin performansı azalttığı gerçeğinin farkına varma
1971	Palmer	Risk ölçme
1971	Hornadey ve About	Başarı güdüsü, özerklik, saldırganlık, güç, tanınma
1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İçsel güç odağı
1974	Liles	Başarı ihtiyacı
1977	Gasse	Kişisel Değerlere Dönüklük
1978	Timmons	Güdü/Özgüven, Amaca dönüklük, Orta düzeyde risk alma, Kontrol odağı, Yaratıcılık/Yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk üstlenme eğilimi
1980	Sexton	Enerjik olma/hırs, Olumlu terslikler
1981	Mescon ve Montanari	Başarı, Hakimiyet, Özerklik, Dayanma gücü, Kontrol
1981	Welsh ve White	Kontrol ihtiyacı, Sorumluluk isteği, Özgüven/Güdü, Mücadele etme, Orta düzeyde risk alma
1982	Dunkelberg, Cooper, Welsh, Young	Büyümeye dönüklük, Bağımsızlığa dönüklük, Zanaatkarlığa dönüklük, Kontrol kaynağı, Özgüven, Yenilikçilik

Kaynak: Semra Güney, *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular* (1), Siyasal Kitabevi, Ankara, 2015, s. 25.

Girişimcilerde Tablo 2’de de gösterildiği gibi yazarlar tarafından birçok özellik gösterilmektedir. Ancak bu özelliklerin bir girişimcide bulunması o girişimin başarılı olması için yeterli olduğu anlamı taşımamaktadır. Fakat yapılan araştırmalar incelendiğinde girişimcilikte başarılı olabilmek için aşağıdaki özelliklere sahip olmak gerekmektedir:

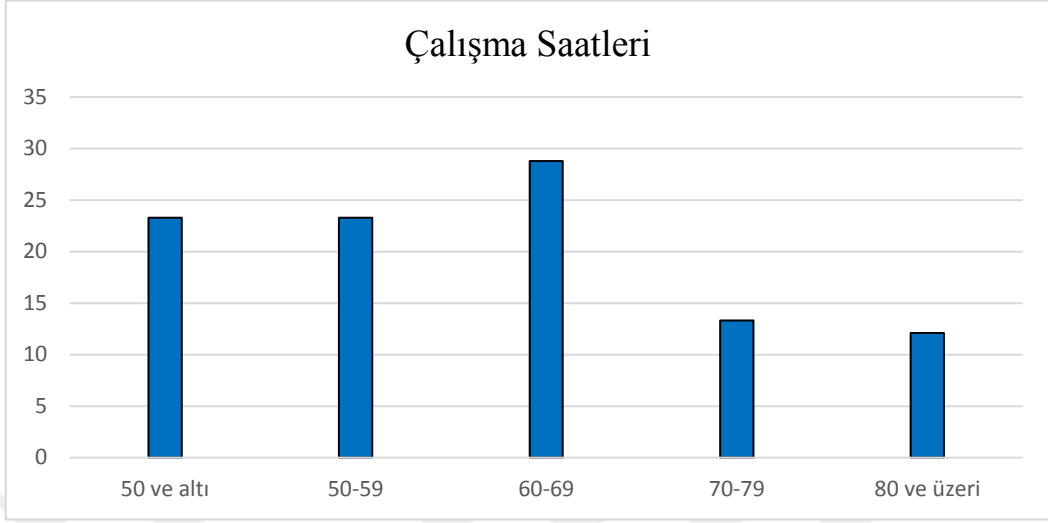
- **Risk Alabilme:** Risk alma eğilimi, olayların ortaya çıkma olasılıklarını değerlendirmeden ve alternatifler arasından uygun seçimi yapmadan

bilinçsizce riski üstlenmek demek değildir. Tüm bunların aksine risk, beklenen getirinin maksimum olacağına inanç ve akılcı karar verme yoluyla girişimi gerçekleştirmeyi içerir.

- **Yaratıcılık:** Bütün girişimsel faaliyetler, yeni fikirlerin kullanılması sonucu meydana gelmiştir. Onun için yaratıcı süreç nasıl mümkün olur veya nasıl çalışır şeklindeki konuların açıklığa kavuşması, girişimciliğin başarısı için çok önemlidir. Yaratıcılık sadece girişimsel bir kurma fiiliyle ilgili değildir, aynı zamanda bütün olarak işletmeleri ilgilendirmektedir. Büyüme ve değişim ile ilgilenen bütün organizasyonlar için rekabetin önemli bir kaynağıdır.
- **Başarma İsteği:** Bu istek kişileri başarıya götüren en önemli faktör olarak bilinir. Yüksek başarı isteği sahibi kişiler, kendi hedeflerini kendileri belirler ve bu hedefler genellikle oldukça zor hedeflerdir. Kolay hedefler bir meydan okuma değildir. Ortalama hedefler bir meydan okuma gibidir ve gerçekleştiklerinde yüksek tahmin sağlarlar. Yüksek hedefler karşılığında başarıları hakkında yüksek yankı getirecek geri bildirimler sağlarlar.
- **Yönetim Becerisi:** Liderlik, birden çok kişiyi belirli bir amaç çevresinde birleştiren, sürükleyici yeteneğe ve bilgiye sahip kişiliktir. Lider, yenilikçi, güven veren, uzak görüşlü ve sorgulayıcı tutum içerisindedir. Bu nedenle liderlik, girişimcide olması gereken bir niteliği açıklamaktadır. Girişimcinin liderlik özelliği, etkili ve verimli çalışması için kritik önem taşır. Girişimci, çeşitli riskleri üstlenerek kurduğu işletmesinde görevi gereği birçok karar almaktadır. Girişimci bu kararları alırken iş görenleri etkileyerek, işletme amaçları doğrultusunda iş görmelerini sağlamak zorundadır.
- **Özgüven:** Özgüven yalnızca girişimciler için değil neredeyse tüm insanlar için gerekli bir kavramdır. Kendine güven duyan kimselerin sadece girişimcilikte değil, hayatın her kesiminde başarılı olduğu ve ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Herhangi bir girişimci, planladığı girişimi gerçekleştirebilmek ve yürütebilmek için kişilerle iletişimi koparmamalıdır. Ancak her insanla da aynı iletişim seviyesinde olmamalıdır. Girişimcinin müşterisiyle kurduğu iletişim ile çalışanı ya da sektörde iş yaptığı kişi ile kurduğu ilişki birbirinden farklı olmalıdır. Eğer girişimcinin kendine güveni yok ise bu ilişkilerdeki iletişimi de etkiler. Girişimci iletişimde ne kadar

başarılı olursa girişimcilikte de o kadar başarılı olacaktır. Girişimcilik kavramı ile özgüven kavramı birbirinden bağımsız düşünülemez (Erkan 2012, 32).

- **Azimli ve Kararlı Olma:** Bir girişimcinin başarılı olması için yoluna çıkacak olan tüm engelleri tek tek aşması gerekmektedir. Engelleri aşmanın, stres altındayken sabırlı olmanın, çevresinden olumsuz sözler işitse de pes etmemenin tek çözümü ise kararlılık ve azimdir. Kararlı girişimciler zor durumlar karşısında direnmelerinin nedeni başarısızlığı, başarının bedeli olarak görmelerinden kaynaklıdır. Bu fikir ile yol alan girişimci belki ilk sefer de değil ama diğer denemelerinde mutlaka kazanacaktır (Naktiyok 2004, 24).
- **Zamanı Etkin Kullanma:** Girişimciler sabırsız olma eğilimindedirler ve her zaman durumlarının acil olduğunu hissederler. Görevlerinin sanki yarın yokmuş gibi ilerletilmesinden yanadırlar. Girişimciler zamana el koymuş gibi hissederler.
- **Vizyon Sahibi Olma:** Girişimci nerede olmak istediğini bilen ve işletmesinin neler yapabileceğinin vizyonuna sahip olan kişidir. İçinde bulunduğu bireysel çalışmaların sonucunda zaman içerisinde geliştirdiği vizyon ile işletmesinin ne olduğu veya ne olacağı sorularına cevap arar. Bu nedenle girişimci işletmesi için uzun vadeli düşünmek durumundadır.
- **Belirsizlikleri Tolere Edebilme:** Birçok insan işlerini yapabilmek için spesifik durumlara, kılavuzlara, eksiksiz bilgiye gereksiniz duyar. Belirsizlikleri tolere edebilme kişinin düzensizlikler ve belirsizliklerden rahatsız hissetmemesini sağlayan bir psikolojik özelliktir. Bu önemlidir çünkü yeni bir işe başlarken birçok belirsizlikle karşılaşmak mümkündür. Kararlar, seçenekler tam anlaşılmadan veya hangi seçeneğin başarıya götüreceği kesin olmadan verilmek durumunda kalınabilir.
- **Enerji Seviyesi:** Yeni kurulan bir işletme büyük emek gerektirir. Birçok işletmeci bunun zor bir durum olduğundan bahseder. Girişimciler azim gösterir, travma ve engellere rağmen inanılmaz derecede fazla çalışırlar. Aşağıdaki Şekil 2’de yeni işletme sahiplerinin haftalık istatistiksel çalışma saatleri verilmiştir:



Şekil 2. Yeni İşletme Sahiplerinin Çalışma Saatleri

Kaynak: Mehmet Naci Efe, *Girişimcilikte Temel Prensipler (1)*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 2016, s. 49.

- **Stratejik Planlama:** Bu planlama kuruluşun bulunduğu nokta ile ulaşılmak istenen durum arasında yolu tarif eder. Kuruluşun amaçlarını, hedeflerini ve bunlara ulaşmayı mümkün kılacak yöntemleri belirlemesini gerektirir. Uzun vadeli ve geleceğe dönük bakış açısı taşır. Girişimcinin başarısı ile stratejik plan arasında paralellik söz konusudur. Girişimci, yeni iş fikrinde misyon, vizyon belirlemede, oluşabilecek fırsatları kaynak ve varlıklarla ilişkilendirecektir.
- **Kontrolün Konumu:** Yeni bir işe başlamanın ve devam ettirmenin en büyük gereği karşılaşılabilecek durumların istenilen şekilde yönlendirebileceği inancıdır. Girişimciler sadece vizyon sahibi değildir. Aynı zamanda bu vizyonu gerçekleştirecek plan yapma kabiliyetine ve inancına sahiptirler. Kontrolün içsel konumu, geleceğin kişinin kontrolünde olduğu ve dış faktörlerin çok az etki göstereceği inancıdır. Girişimciler için geleceği ele geçirmek bireylerin kendi ellerindedir. Kontrolün dışsal konumu ise, geleceğin kişilerin kontrolünde değil dış güçlerin etkisinde olduğu inancıdır.
- **Demografik Faktörler:** Girişimciler genellikle iyi bir alt yapıya ve onları başkalarından ayıran demografik karakter özelliklerine sahiptirler. Aileleri

girişimci olan kişilerde, girişimci olma isteği daha fazla görülmektedir. Girişimcilerin daha çok genç yaş kategorisinde gerçekleştiğini de görebilmekteyiz. Bunun yanı sıra göçmen ya da göçmen çocuklarının girişimci olması ihtimali daha yüksek olduğu bilinmektedir.

Başarılı bir girişimcide olması gereken özellikler yukarıda gösterilmiştir. Girişimciyi başarıya götüren birtakım özellikler olduğu gibi başarısızlığa götüren hatalarda vardır. Bunlar:

- **Kişisel Güven:** Bireylerde güven olgusu temel olgudur. Kendine güvenmek; çeşitli bilimsel, sosyal, ekonomik vb. meselelerde üstün derecelere ulaşmanın yoludur (Atai 2014, 13). Ancak girişimci için kişisel güven çok daha farklı bir boyutta incelenmektedir. İnsanlardaki güven hem özel hayatında hem de iş hayatında olmalıdır. Ancak önemli olan husus, tüm odağımızı kişisel güvende tutarsak birçok işi ihmal etmekten dolayı kayıplar yaşarız. Yapılacak olan iş ile ilgili ne gerekiyorsa araştırılmalı ve tecrübe eksikliği var ise mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır (MEB 2014, 12).
- **Yanlış Ortak:** Girişimci iş kurarken birçok zorluktan geçmektedir. Bu zorluklar içerisinde maddi, manevi etkenler vardır. Girişimci yeni bir iş kurarken kendinde eksik gördüğü beceriler ya da bilgiler olabilir. Bu durumda girişimci kendini tamamlayabilecek bir kişiye ihtiyaç duyar. Bu kişi de “ortak” tır. Girişimcinin bir düşüncesi var fakat maddi olarak yetersiz ise satıcı ortak bulunur. Girişimcinin planladığı iş hayata geçince, kr elde etmeye başlar ve ortağa gerek kalmaz. nemli olan husus, girişimci, ortak seçerken planlamış olduğu girişimin gelecekte ona neler kazandırıp kazandırmayacağını iyi analiz etmelidir. Tercihlerini sadece bugün için değil gelecek içinde belirlemelidir (MEB 2014, 12).
- **Eksik Kayıt:** Bir girişimci bir iş kurarken işin başlangıç planında sonuna kadar bütün evreleri kayıt altına almalıdır. Çünkü, işi kurduğu takdirde bu iş girişimi için gelir ve giderleri hesaplayabilmelidir. Kayıt altına alınan bilgiler ayrıca uzun vade de saklanmalıdır.
- **İyimserlik:** Girişimci iş kurarken, hayalindeki işi kurmanın ve para kazanmanın heyecanı içerisinde olur. Bu süreçte işi aceleye getirmekte doğru

değildir. Her şeyin zamanlanması ve planlanması doğru adımlar atmak adına oldukça önemlidir. İş planının iyi yapılması ve girişimcinin karşılaşılabileceği sorunlarla baş edebileceği bir aksiyon planı olmalıdır.

- **Kanıksama:** Bir iş kurmanın bütün prosedürleri en güzel şekilde yapılmış olsa dahi bu işin kesinlikle başarılı olacağı anlamına gelmez. Çalışan bir kişi için verilen görevi elinden geldiği kadarıyla yapmasıyla yetinebilir. Ancak bir girişimci çalışan gibi düşünmeyebilir. Girişimci, çalışmanın başarıya götüren faktörünün plan olduğunu bilir. Girişimci elindekiyle yetinmeyecek ise o işten çekilmenin ona daha az zarar vereceğini bilmektedir. “Herkes kadar kötü” olmak, iş yapacağım diye ortaya çıkmayı gerektirmez” (MEB 2014, 12).

1.1.3. Girişimci ve Girişimcilikle İlgili Benzer Kavramlar

Girişimci kavramının literatürde birçok tanımı olduğunu daha önceki başlıklarımızda belirtmiştik. Ancak girişimci kavramı başka kavramlarla da karıştırılmaktadır. Sermayedar, işveren, yönetici, esnaf, tacir gibi kavramlar girişimci kavramıyla karıştırılan kavramlardan birkaç tanesidir. Girişimcilik, sorumluluk sahibi, yenilikçi, karşısına çıkan fırsatları gören ve değerlendiren, cesaret gücü yüksek olan, risk üstlenebilmeyi bilen ve başarıyı yakalamak isteyen bireyler tarafından yapılan bir faaliyettir. Birçok özelliğe sahip olan girişimcilik kavramında sermaye kavramı yer almamaktadır. Dolayısıyla, bireyin herhangi bir sermayesi olmaması o bireyin girişimci olmayacağı durumunu ortaya koymaz (Titiz 2012, 5).

Sermayedar kelimesi, TDK’de “ekonomi sermayesi olan” anlamına gelmektedir (TDK 2018, 22/11/2018). Literatürü incelediğimizde ise, bir işletme kurmak adına gerekli olan sermayeye yani mal ve hizmet üretmek için gerekli üretim araçlarına sahip olan kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilikle karıştırılan sermayedar kavramı birbirinden belli noktalarda ayrılmaktadır. Girişimcilik, dinamizm, yaratıcılık vb. niteliklere sahip olmasıyla birlikte diğer iş kuranların göremediği, risk alamadığı iş fırsatlarını ortaya koyar.

İşveren kavramına baktığımda ise, girişimci, sermayedar ve yöneticilerde birer işverendir. Ancak girişimci ile işveren direkt olarak aynı anlama denk düşmemektedir.

Girişimci, kurguladığı iş planı içerisinde risk alabilen bir tutuma sahipken işveren, çalışanlarına kurum içerisinde bedenen ve zihnen istihdamını sağlayan ve bunun sonucunda da sorumluluk sahibi olan kişi ya da kişilerdir.

Yönetici, ürün ve hizmet ortaya koyabilmek için üretimdeki gerekli araçları temin eden, işletmenin kâr etmesini ve risk almasını başka bir kişiye yükleyen ve işletmeyi girişimci için çalışmasına yardımcı olan kişidir (Er 2012, 5). Girişimcinin risk alabilme/alma durumlarından birçok kez bahsedilmiştir. Yönetici ile girişimci arasındaki temel fark yine risk alma durumuyla ilişkilidir. Yönetici, işletmedeki kâr maksimizasyonunu korurken riske katlanamamasıdır.

Esnaflık aslında ticaretin temeli olarak literatürlerde karşımıza çıkmaktadır. Dünya ticaretinin temeli olarak esnaflık dile getirilmiştir. TDK’de esnaf kavramı, “küçük sermaye ve zanaat sahibi” olarak tanımlanmaktadır (TDK 2018, 27/12/2018). Esnafı girişimciden ayıran fark ise, esnafın geçinecek kadar sermayesi ve gücü olan kişi olmasıdır.

1.1.4. Dünya’da ve Türkiye’de Girişimciliğin Oluşumu

Girişimcilik kavramı, insanlık tarihi kadar eski bir kavram olmakla birlikte tarihsel süreç içerisinde büyük önem kazanarak birçok alanda anahtar rol oynamaktadır. Modern girişimcilik kavramının oluşması 19. yüzyıla kadar sürmüştür. Girişimcilik kavramının oluşmasında ise makineleşme, sanayinin hızla büyümesi, bireylerin iş hayatına dair atılımları önemli bir aktör olmuştur (Şekerler 2006, 48).

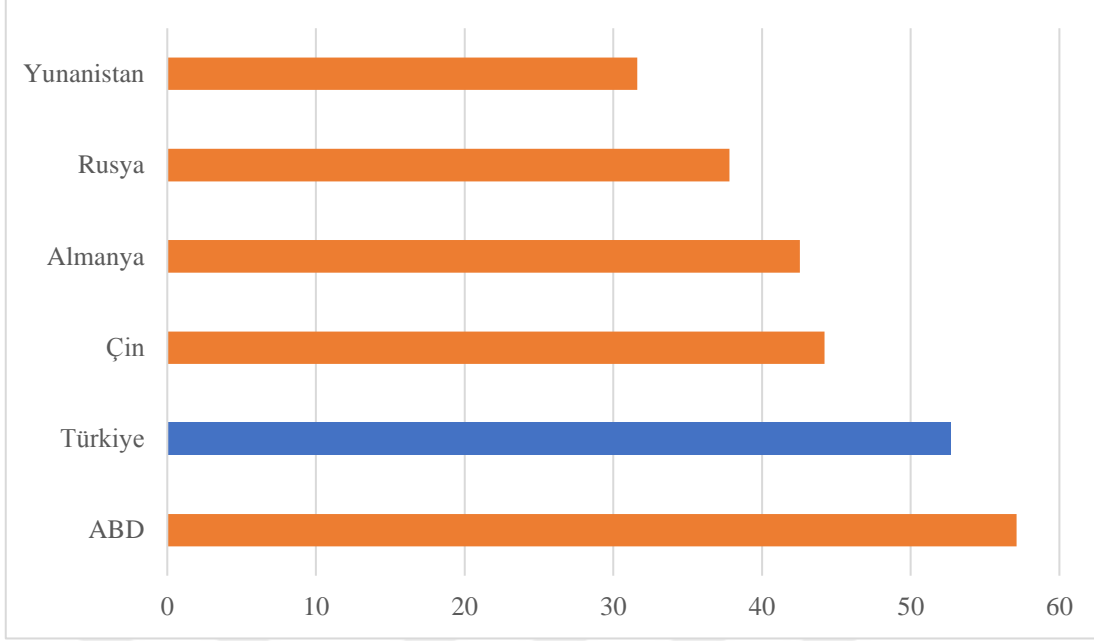
Girişimciliğin önem kazanması ekonomik, iktisadi ve sosyal gelişmeler ile ilişkilidir. Durgun ekonomilerin canlanması, yeni iş kollarının ortaya çıkması, istihdam sorunlarına ışık tutması vb. etkenler girişimciliğin getirdiği katkılar olarak görülmektedir (Aytaç ve İlhan 2007, 101). Girişimcilik, farklı kültürlerde farklı yansımalar ile karşımıza çıkmaktadır. Ülkelerdeki kültürel farklılıklar girişimcinin davranışlarını birçok açıdan etkilemektedir. Oluşan kültürel farklılıklar neticesinde girişimciliğin ortaya çıkıp çıkmaması ya da hangi tür girişimciliğin ne tür davranışları ortaya çıkaracağını belirlemektedir. Literatürde geçen bir araştırmaya göre,

bireyciliğin ön planda olduğu toplumlarda girişimcilik daha çabuk oluşmaktadır. Bireyci toplumlara örnek olarak Amerika, Kanada, İngiltere ve Avustralya verilebilir. Bireyci toplumların olduğu ülkeler teknoloji, endüstrileşme ve toplumun refah seviyesi en üst sıralarda yer alan ülkeler olduğu da bilinmektedir. Kolektivist toplumlarda ise girişimcilik dominant bir seyir izlemektedir. Türk toplumu ortak değerleri bir arada tutan, kolektivist eğilimleri baskın bir kültür olarak görülmektedir (Hofstede 1984, 157).

Dünya'daki ülkelerin birçoğunda genç nüfusun işsiz olması ülkelerin en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik gücü ve toplumsal kalkınması önünde engel teşkil eden işsizlik probleminin en az seviyeye düşürülmesi ülkelerin hedefleri haline gelmiştir. Ülkelerde büyük sıkıntılara yol açan işsizliğin çözümlenmesinde girişimcilik önemli bir adım olmaktadır. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017 yılında yayınladığı rapora göre, dünyadaki girişimcilik kapasitesinin %52'lik oranı kullanılmaktadır. Bu rapora göre, girişimcilik faaliyetleri daha çok 35-44 yaş grubu ve 25-34 yaş grubundaki bireyler etrafında yoğunlaşmaktadır (GEM 2017, 10).

Dünya'da önde gelen girişim alanlarına baktığımızda ise, Amerika'da %36'lık oran ile istihdam, Avrupa'da %35 oran ile temiz enerji, Asya-Pasifik'te %48 oranla çevrenin korunması ve Ortadoğu'da %35 oran ile istihdam alanları olduğunu görmekteyiz (TEB 2019, 14/06/2019).

Türkiye, GEM araştırmalarına 2006 yılında Küçük ve Ortak Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) liderliği ile dahil olmuştur. GEM 2010 yılı raporunda Türkiye ekonomisinin ileri seviyelere gelebilmesi için yüksek etki yaratacak girişimlere ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir (Karadeniz 2010, 7). GEM 2014 yılında Türkiye için hazırladığı girişimcilik raporlarına dair bilgiler aşağıda verilmektedir:



Şekil 3. Dünya'daki Potansiyel Girişimciler

Kaynak: Esra Karadeniz, *2013 ve 2014 verileriyle Türkiye'de ve Bölgelerde Girişimcilik*, GEM, 2014, s. 12.

Dünya'daki potansiyel girişimciler sıralamasında Türkiye, ikinci sırada yer almaktadır. Bunun en büyük etkilerinden biri de genç nüfusun fazla olmasıdır. Türkiye'de her yıl 100 kişiden 1'i potansiyel girişimci olma özelliklerine sahiptir. 2014 yılında girişimcilerin yaş dağılımına dair araştırma sonuçları ise %30,83'lük oran ile 25-34 yaş grubu arasında olmuştur (Karadeniz 2014, 13).

Türkiye'de girişimcilik kavramının bilinir hale gelmesi çok eski dönemlere dayanmaktadır. Özellikle Türklerin Orta Asya'dan göç ederek Anadolu'ya gelmeleri ve burada yerleşik düzene geçmeleriyle bu tarihsel süreç başlamıştır. İnsanlar yerleşik düzene geçmesi ile birlikte tarım toplumu ortaya çıkmıştır.

Yerleşik hayata geçen insanlar çiftçilik, zanaatkarlık ve ticaretle aktif olarak uğraşmıştır. İnsanlar tarım toplumlarında ihtiyaçlarını giderirken bir yandan da ticaret ilişkilerinin şekillenmesine de neden olmuşlardır. Girişimci kavramının sanayi devrimi öncesindeki karşılığı "tüccar"dır. Ticaret ve tüccar ilişkisi, insanlık tarihinin ilk zamanlarına kadar gitmektedir. Ancak, modern anlamda tüccar-ticaret ilişkisi, gündelik ihtiyaçların karşılanmasına yönelik "mala karşılık mal" ekonomisinin, diğer

bir ifadeyle, “takas ekonomisinin” sonrasında “mal-para” ilişkisinin yaygınlaştığı VII. yüzyıldan sonra yoğunlaşmaya başlamıştır. Ahilik teşkilatının, Selçuklular ve Osmanlıların kuruluş dönemlerinde var olduğu bilinmektedir. Bu dönemde Ahilik teşkilatı, esnaf-zanaatkar örgütü olarak görülmektedir. Bu teşkilat bu dönem içerisinde çok başarılı olmuş ve toplum üzerinde etki bırakmıştır (İlter 2010, 26). Ahilik teşkilatının esasları arasında çalışkan olma, meslek sahibi olma, güvenilir ve üretken olma vardır ama en önemlisi ise, dürüstlüktür.

Oluşturulan Ahilik teşkilatını günümüzdeki ticaret odaları, işveren sendikaları, BAĞ-KUR, esnaf odaları vb. benzetmek mümkündür. Osmanlı İmparatorluk döneminde toplumsal gruplar arasında düzenin sağlanabilmesi için iş bölümü olmuştur. Bu iş bölümü sonrasında Türklerin ticaret dışında bırakıldığı bu yüzden de daha çok bürokratik, tarım, askerlik, hayvancılık ve ulemalık işlerine yönlendirildiği kaynaklarda belirtilmektedir. Levanterler, Ermeniler, Yahudiler ve Rumlar ise ticaret işini üstlenmişlerdir. Bu dönemde birçok sebepten ötürü girişimcilik gelişmemiştir.

Türkler, ticaretin alt yapısına ve girişimcilik kavramlarına Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde 17 Şubat 1923 tarihinde İzmir İktisat Kongresi'nde ilk adımları atmışlardır. Türkiye Cumhuriyeti döneminde girişimciliğin gelişimi ve girişimciliği etkileyen faktörleri Tablo 2'de görüldüğü üzere beş ayrı bölümde incelemiştir:

Tablo 2. Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar

1923-1930	Ulusal Ekonominin Kurulması
1930-1950	Devletçilik Dönemi
1950-1970	Liberal Ekonomi ve Planlı Dönem
1970-1980	İthal İkamesi Dönemi
1980 ve sonrası	Dışa Açık Büyüme

Kaynak: Berfu İlter, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2010, s. 27.

- **1923-1930 Ulusal Ekonominin Kurulması:** Yabancıların hakimiyetinde olan girişimciliği ve ticareti tek bir güç etrafında toplanmasına engel olmak istenmiştir. Bununla birlikte Türkleri girişimciliğe teşvik etmek için birden

fazla çalışma yapılmıştır. Bu süreçte savaşın devam etmesi ve maddi kayıpların fazla olmasından ötürü girişimciliğe istenilen önem verilememiştir. Sanayileşmenin önemini arttıran olaylardan biri, 1927 yılında ortaya çıkarılan “Teşviki Sanayi Kanunu” olmuştur. 1927 yılından itibaren ortaya konulan bu kanun ile özel girişimciler tarafından fabrikalar ve milli bankalar kurulmuştur. Ancak bunların yanı sıra bu dönemin en önemli olayı şeker fabrikalarının kurulmuş olmasıdır. Yapılan bu kurulumlara rağmen bazı eksiklikler, savaşın etkilerinin hala devam etmesi suretiyle önemli bir ilerleme olmamıştır (Danışık 2001, 28).

- **1930-1950 Devletçilik Dönemi:** Bu dönemde özel sektör bazı alanlara gerekli yatırımı yapamamıştır. Bu yatırımı da devletin üstlenmesi istenmiştir ve böylece devletçilik politikası uygulanmaya başlanmıştır. Bu politikanın belirlenmesindeki temel argümanlar; özel girişimin yetersizliği, risk ve belirsizlik faktörleri, 1930 buhranı ve sermaye yetersizliği olmuştur. Devletçilik politikasının amacı, özel sektöre ket vurmak değil tam tersi özel sektörü destekleyerek ekonomiye ve ülke kalkınmasının ilerlemesini sağlamaktır. Bu dönem içerisinde beş yıllık sanayi planları yapılmıştır. Bu süreç içerisinde çeşitli bankalar kurulmuştur. Bu bankalar; 1933 yılı Sümerbank ile Belediyeler Bankası, 1935 yılı Etibank, 1938 yılı Halk Bankası (HB) olmuştur. Bankaların kurulması, gerekli krediyi alabilmek ve yapılan planlar ile altyapı ve sanayiye dair yatırımların daha kolay yapılabilmesini sağlamak içindir (Özyılmaz 2016, 20). II. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla devlette büyük sıkıntılar meydana gelmiştir. Tüm bu süreçteki sıkıntılar, devlet savaşmak için savunma alanına yüklü miktarda teminat harcaması, kamu yatırımlarında kısıtlamaya gidilmesi, dış ilişkilerdeki ticaretin işleyemez halde olmasına, devlet bütçesine destek olunabilmesi için yeni vergiler ortaya konulması ve toplumdaki yetişkin iş gücünün savaşa destek olabilmesi için askere alınması ve bu durumdan tarım alanında düşüşlerin ortaya konması vb. birçok etkenden ötürü 1940'lı yıllar ekonomiyi derinden etkilemiştir (Erdemir 2018, 22).
- **1950-1970 Liberal Ekonomi ve Planlı Dönem:** 1950'li yıllarda Türkiye'de devletçilik kavramı oldukça ön plandadır. Bu dönemde ekonomik anlayıştan

vazgeçilerek liberal görüş daha ön planda olmuştur. Bunun sonucunda da liberal iktisat politikası önem kazanmaktadır. Bu dönemin iktidar partisi olan Demokrat Parti, özel sektör ve sermayeye büyük önem vermiş ve insanlar bu olgulara teşvik edilmiştir. 1950 yılında Türkiye Sınâî Kalkınma Bankası (TSKB) kurulmuştur. Bu banka, özel girişimciye proje temelli kredi vermektedir. Ancak bu kredi, daha düşük faiz oranlarına sahiptir. 1950’li yıllarda büyük alt yapı yatırımlarına (limanlar, elektrik santralleri, karayolları vb.) önem verilmiştir ve bununla birlikte tarım sektörü önem kazanmıştır. 1960 yılında gerçekleşen askeri darbeye birlikte siyasi yapı da değişmeler gerçekleşmiştir. Türkiye’nin 1950’li yıllarda yaşamış olduğu sıkıntılar, ekonomik zorluklar, plan çerçevesinde mevcut yürütülemeyen politikalar olmasından dolayı bu değişim yapılmıştır. Değişime yönelik atılan ilk adım ise, ekonomi politikasına yeni ilkeler dahil olmuştur (Çobanoğlu 2018). Bundan ötürü Devlet Planlama Teşkilatı 1961 yılında kurulmuştur. Artık özel sektöre daha çok önem verilmiş ve neticesinde de özel girişimlerin sanayideki payı oldukça yüksek oranlara çıkmıştır. Özel sektöre verilen önemle ekonominin yeniden yükselişe geçmesi doğru orantılı gerçekleşmiş, ülkedeki girişimci istihdam sayısı fazlasıyla artmıştır.

- **1970-1980 İthal İkamesi Dönemi:** Bu dönemler arasında ithal ikameci politikası ortaya konmuştur. İthal ikameci kavramı, yabancı ülkelere getirilen ürünlerin ülke içerisinde üretilmesiyle birlikte sanayileşmeyi amaçlayan bir yöntemdir. Bu süreç içerisinde kurulan sanayiler dış ticaret, döviz kuru gibi etkenlerden dolayı dış piyasaya karşı kendini korumaktadır. Dış piyasadaki rekabetçilere karşı belli önlemler alınmıştır. Yabancı ülkelere gelen ürünlere gümrük vergisi konulması, dışardan gelen ürünlere kısıtlayıcı limitler konulması ve belli ürünlere konulan ithal yasaklar bu önlemlerden bazılarıdır (Egeli 2001, 155). 1970’li yılların başlarında kamu yatırımlarında bir düşüş gözlemlenirken sanayileşme (dayanıklı tüketim malları, araba üretimi vb.) ve özel sektör girişimciliğinde bir artış söz konusudur. İthal ikameci dönemin temel amacı, geleneksel mal üretimini daha ileri bir seviyeye taşımak olmuştur. “Bu dönemde Kıbrıs Barış Harekâtı ve sonucunda gelen ambargo, petrol şokları, yüksek enflasyon, siyasi ekonomik

istikrarsızlık, ithal ikamesi politikasının tıkanması, döviz sıkıntısı, dışa açık olamama girişimcilik üzerinde olumsuz etkiler yaratmıştır” (Danışık 2001, 29). Ülkeyi oldukça sıkıntılı döneme sokan bu süreçler 1980 yılına kadar varlığını devam ettirmiştir.

- **1980 ve Sonrası Dışa Açık Büyüme:** 1980 yılının başları Türkiye için önemli bir dönem olmuştur. Bu dönemde birçok yeni karar alınmış ve belli değişimler olmuştur. En önemli değişim ise girişimciliğin daha önceki dönemlere göre daha ileri bir seviyeye taşındığı üzerinedir. İhracat daha güçlü olmakla beraber ülke ekonomisi de dış ülkelere açılarak daha verimli hale gelmiştir. Bu dönemin en önemli olayı ise 24 Ocak 1980 kararlarının yürürlüğe konması olmuştur. Türkiye, 24 Ocak kararları ile ithal ikameci sistemini bırakarak serbest piyasa ekonomisine geçmiştir. Serbest ekonomi piyasası ile ihracata yönelik kalkınma yöntemine geçiş yapmıştır. Yeni oluşan ekonomi piyasasının temel olguları ise girişimcilik ile dışarıya ürün satma yönündeki girişimciliği destekleyen politikaları aktif hale getirmiştir (Güney 2015, 17). Ancak bunca olumsuz şartlara rağmen Türk girişimciler kriz zamanını fırsata çevirmiştir. Tam bu süreçte büyük gelişme gösteren girişimciler 2000 yılında yaşanan ekonomik kriz nedeniyle kendilerini toparlayamamışlardır.

Türkiye'nin tarihsel sürecine bakıldığında girişimci ya da girişimcilik kavramlarını ilk olarak kalkınma planlarında yer verildiği görülmektedir. Girişimciliğin bir devlet politikası olarak ilk kayıtlara geçtiği yer ise, Sekizinci Kalkınma Planı'dır. Buradaki planda girişimcilik kavramı gündeme gelmiş ancak nasıl bir strateji uygulanacağı ya da nasıl bir yol izlenmesi gerektiğine dair bir bilgiye ulaşılamamaktadır.

Girişimcilik kavramı özellikle istihdam ve dezavantajlı grupların arasında bir bağlantı kurmuştur. Dokuzuncu Kalkınma Planı, 2007 ile 2013 yıllarını kapsamaktadır. Yapılan kalkınma planında girişimcilik konusu istihdamdaki insan sayısını arttırmaya yönelik bir faaliyet olarak görülmektedir. Bu faaliyet içerisinde dezavantajlı grupta yer alan kadınların, engellilerin ve işsizlerin istihdama katılmalarını sağlamak aynı zamanda işgücü piyasasında aktif rol almaları temel amaç olmuştur. Girişimcilik konusu, kamu kurumlarında, özel sektörde, üniversiteler, sivil

toplum kuruluşları (STK) vb. kuruluşlarda gündem konusu olmuş ve buna yönelik eğitimler hazırlanmıştır (Kıral ve diğerleri 2014, 24).

Girişimcilik olgusu Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda ele alınmış olmasına rağmen ancak Onuncu Kalkınma Planı'nda kendini göstermiştir. Onuncu Kalkınma Planı'nda artık girişimciliğin nasıl bir gelişim seyri izleyeceği belirtilmiş ve buna göre belli adımlar atılmıştır. Girişimciliği dört ana başlıkta toplamışlardır. Bunlar;

- “Yenilikçi Üretim
- İstikrarlı Yüksek Büyüme
- Girişimcilik ve KOBİ'ler” (Kıral ve diğerleri 2014, 24).

Türkiye'deki girişimciliğin bir fırsat olarak değerlendirilmesindeki en önemli etken, genç ve dinamik bir nüfusa sahip olmasıdır. Türkiye'den ve dünyadan birçok girişimciyi bir araya getiren Küresel Girişimcilik Zirvesi'nin ikincisi 2011 yılında Türkiye'de gerçekleşmiştir. Böylece Türkiye'nin girişimciliğe fazlasıyla önem verdiği daha belirgin hale gelmiştir.

1.2. TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN TANIMI, GELİŞİM SÜRECİ ve ÖNEMİ

1.2.1. Kadın Girişimci Kavramı

Girişimcilik, yeni küresel dünya sisteminde artık herkes tarafından bilinen, öğrenilen, araştırılan bir olgu olmuştur. Girişimciliğin tarihsel sürecine de baktığımızda daha çok erkeklerin hâkim olduğu bir eylem olarak değerlendirmek mümkündür. Artık gelişen dünya düzeniyle bu eylem içerisinde kadınları da görebilmekteyiz. İstihdamda birçok değişiklik meydana gelmiştir. Bu değişimler neticesinde de özellikle kadınlar iş hayatının vazgeçilmez aktörleri haline gelmiştir.

Kadınlar yeni bir iş kurma planı ve yönetme süreci içerisinde iken sırf kadın olmanın getirdiği zorluklar ile karşı karşıya kalmaktadır. Özellikle bu kıyaslama erkeklere göre oldukça belirgindir. Erkek girişimcilere oranla kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar ya da sorunlar gayet açık kabul edildiği için bugün “kadın girişimciliği” kavramını görebiliyoruz. Kadın girişimci kavramı genelde erkek girişimci olarak kullanılan girişimci kavramı tanımından pek bir farkı yoktur. Aslında erkek ve kadın girişimci arasındaki temel fark cinsiyet farklılığıdır.

Girişimcilik kavramında karşılaşılan durum kadın girişimciliği içinde aynı şekilde devam etmektedir. Şöyle ki, girişimcilik için birçok tanım literatürde yer alırken kadın girişimci kavramı da aynı şekilde yer etmektedir. Literatürde kadın girişimci kavramlarına ait tanımlamalardan bazıları aşağıda verilmiştir:

- Hane dışı bir yerde şahsı adına kurulmuş bir işletme sahibi olan, işletmesinde bireysel ya da personelleriyle birlikte çalışan, işletmesine yönelik özel ya da devlet kurumlarıyla irtibat içerisinde olan, işletmesinin geleceği yönelik iş planlarını oluşturan, maddi ya da tecrübe eksikliğine dayalı destek amaçlı ortak ile çalışabilen ve işletmesine dair her türlü riski göze alan kadın, kadın girişimci olarak tanımlanmaktadır (Ecevit 1993, 120).
- Başkalarını istihdam eden, işyerinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş, işine sahip çıkan, işinde birebir kendisi çalışan kadındır. Bildiği konularda en iyisini yapmaya çalışan, ani gelişen olaylar karşısında sermayesini kontrollü ve

verimli kullanarak önlemler alan, planlı çalışan, analiz yeteneği yüksek olan, yaratıcı ve akıl yoluyla öne sürülmüş projeler ortaya koyan, risk olgusunu daima göze alan kadındır (Saray 1993 akt: Özyılmaz 2016, 26-27).

- Kadın girişimci, temel amacı kâr elde etmek olan ve bu doğrultuda ürün ya da hizmet üreten veyahut ürünlerin pazarlamasını sağlamak için gerekli olan argümanları bir araya toplayan ve risk almaya göze alan kadındır (MEB 2014, 7).
- Kadın girişimci, bir işletmeyi başlatan, organize eden ve bu işletmeyi işleten kadın olarak tanımlanabilir (Keskin 2014, 73).
- Kadın girişimci, ürün ya da hizmet üreten ve satan, işgücü piyasasında yer alan, kendi işletmesinin sahibi olan, tek ya da birden çok çalışanı olan, finansal kaynaklarını araştıran, kurmuş olduğu işiyle alakalı sorunlarla baş edebilen, yenilikçi ve kurmuş olduğu işin sektöründe tecrübe sahibi olmaya çalışan kadındır (Yağcı ve Bener 2005, 86).

Yukarıda birçok kadın girişimci kavramına ait tanımlamalar verilmiştir. Ancak bu kavramların ortak noktaları olmakla birlikte birbirine ters düşen yönleri de bulunmaktadır. Özellikle “iş kadını” ve “kadın girişimci” kavramları birbiriyle aynı anlamı ifade ediyormuş gibi kullanıldığını görmekteyiz. Ancak ikisi de birbirinden farklı kavramlardır. İş kadını, bir iş ya da kurumda çalışan tüm kadınlar olarak anlaşılmalıdır. Oysa kadın girişimci ise, kendi adına iş yapabilen kimsedir. Bunun yanı sıra kadın girişimci, girişimciliğin en temel özelliği olan risk alabilme yetisine sahiptir.

1.2.1.1. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Kadınların, girişimcilikte kendilerini göstermelerinin nedeni aslında erkek girişimcilerden farklı değildir. Diğer girişimciler gibi kadın girişimci de kendi işinin patronu olmak, özgür çalışma, yenilik vb. gibi nedenlerden ötürü girişimcilik alanına adım atmak istemektedir. Kadınlara ait girişimler artık gün geçtikçe çoğalmaktadır. Bunun başlıca nedenleri şunlardır:

- Girişimcilik alanında faaliyet gösteren kadınların başarı oranının yükselmesiyle, rol model kadın girişimcilerin sayısının artması.
- Değişen dünya düzeni içerisinde sosyal ve kültürel alandaki değişimler kadınların istihdamda daha çok yer almasına ve eğitim-öğretim seviyelerinin yükselmesine neden olmuştur.
- İstihdamda yer alan kadınların çalıştıkları kurum ya da kurumlarda mevcut pozisyonlarından her an ayrılabilceği tedirginliği içerisinde bulunmaları ve bununla birlikte gelen kendi işlerinin sahibi olmayı arzulamalarıdır (MEB 2014, 8).

Kadın girişimcilerin özellikleri, bulunduğu sektöre, sosyo-kültürel değerlere, iş yapılan konuma göre farklılıklar gösterebilir. Kadın girişimcilerin özelliklerini genel olarak üç ana başlık altında inceleyebiliriz.

Tablo 3. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Kişisel Özellikler	Sosyo-kültürel Değerler	Cinsiyet Rollerinden Kaynaklanan Özellikler
Kendine güven, Yaratıcılık, Yenilikçilik, Risk alma, Akılcılık, Bağımsızlık, Rekabetçilik	Çevresinde saygın biri, Kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendiren, koruyan-gözeten, iş birliğine yönelik, akraba ve yakın çevrenin desteğini kazanan	İyi iletişim kuran, problemleri kolaylıkla çözebilen, hoşgörülü, özverili, duygusal

Kaynak: Nalan Yetim, *Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği*, Ege Academic, Cilt (C.) 2, Sayı (s.) 2, 2002, s.85.

Kadın ve erkek girişimci birbirinden ayrılmaktadır. Bunları ayıran temel etmenler yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkmaktadır. Wonder ve Donovan'ın yaptığı çalışmada bu etmenler belirtilir. Bu çalışmada, beynin iki bölümden oluştuğunu ve farklı işlevlerde olduğunu söylenmektedir. “Beynin sol bölümünün egemen, sağ bölümünün de buyurgan olmayan yarım küre olduğunu ifade etmişlerdir” (Öztürk 2016, 42-43). Bu çalışmaya göre beynin sağ ve sol bölümlerinin özellikleri Tablo 4’te gösterilmektedir:

Tablo 4. Beynin Sağ ve Sol Bölümlerinin Özellikleri

Sağ Bölüm	Sol Bölüm
İçgüdüsel, İçten gelen, Duygusal, Dile getirilmeyen, Görsel, Sanatsal, Bütünsel, Şakacı, Dağınık, Sembolik, Fiziksel	Politik, Analitik, Çizgisel, Belirgin, Sıralı, Sözel, Somut, Rasyonel, Aktif, Hedefe Yönelik

Kaynak: Meryem Demet Öztürk, *Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, YLT, İstanbul Ticaret Üniversitesi (İTÜ), 2016, s. 43.

Berfu İlter, yaptığı çalışmada bu konuyu ele almış ve şöyle yorumlamıştır; iş gücü piyasasında yer alan kadınların geneli beynin sol bölümünde bulunan özelliklere yoğunlaşmakta ve liderliğin kadınsı özelliklerini bir kenara bırakarak beyinlerinin sağ bölümündeki özelliklere yani kendilerinde mevcut olan cinsiyet özelliklerini kullanmaktan eksik kalmaktadırlar (İlter 2010, 69).

Kadın ve erkek girişimcilerin birbirinden farklı özelliklere sahip olduğuna dair bir diğer araştırma ise Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme programı ile gerçekleşmiştir. Bu program çerçevesinde yapılan bir çalışmada, girişimcilik faaliyetleri kadın ve erkekte 25-34 yaş arasında diğer yaşlara oranla daha yoğun olarak yaşanmaktadır. Bu yaş gruplarını 35-44 ile 19-24 yaş arasındaki girişimciler takip etmektedir. Girişimciliğin en az yoğunlaştığı yaş ise 55 ve üzeri yaşlardır. Yapılan çalışmada, kadınlarda yeni işe başlama oranı %8,9 iken erkeklerde bu oran %13,9’ları görmektedir (Erdemir 2018, 31).

1.2.2. Kadın Girişimciliğinin Tarihsel Gelişim Süreci

Türkiye’deki kadın girişimciliği kavramı, zaman içerisinde sürekli belli değişimlere uğramıştır. Bu değişimler, yaşamın her alanını etkilediği gibi çalışma alanını da etkilemiş ve değiştirmiştir. Çalışma yaşamında erkeklerin ve kadınların belli roller altında var olduğunu tarihimizde görmekteyiz. Ancak toplumsal yapının zamanla değişmesi ile birlikte artık bu roller de farklılaşmaktadır. Çalışma hayatında

erkeklerin egemen olduğu toplum düzeninde artık kadınlarında istihdamda kendilerini gösterme imkanları olmuştur.

Girişimciliğin tarihsel sürecinde de önemli yer teşkil eden Ahilik Teşkilatının bir de kadın kolu vardır. Bu kadın kolu, “Bâcıyân-ı Rum” yani “Anadolu Kadınlar Birliği” olarak adlandırılmaktadır. Bâcıyân-ı Rum, dünyanın ilk kadın örgütüdür. Bu örgütün kurucusu ise Fatma Hanım (Ahi Evran’ın eşi)’tir. Bu örgüt sayesinde Anadolu da kadına ne kadar önemli verildiği de görülmektedir. Anadolu’daki kadınlar bu örgüt sayesinde siyasi ve ekonomik hayata dahil olmuşlardır. Birçok ilde kadınların kendilerine ait işyerleri bulunur ve Bâcıyân-ı Rum’a mensup kadınların sanayi sitelerinde el sanatları üzerinde çalışırlardı.

Türkiye’de 1993 yılında kadın istihdamının artırılması ilk defa gündeme gelmiştir. 1990’lı yıllarda ülkedeki büyük ekonomik kriz ve bunun getirmiş olduğu yüksek orandaki işsizlikten dolayı kadın girişimcilerin bir çözüm getireceğine inanılmaktaydı. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve çözüm aracı olarak görülmesi kadının toplumdaki statüsünü güçlendirecektir. Yapılan bu çalışmalarla 1990 yılında KSGM, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (ÇSGB) tarafından kurulmuştur. KSGM, kadın girişimcilerin finansman desteğine erişiminde destek olacak kurumdur. Günümüzde ise KSGM, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (ASPB) bünyesinde yer almaktadır. KSGM’nin temel hedefleri, kadınları sosyal hayatta güçlendirmek ve kadın istihdamının artmasında destek olmaktır.

Kadın girişimcilere yönelik atılan ikinci büyük adım ise, Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK)’in 2002 ve 2004 yılları arasında AB fonları ile “Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi Projesi” olmuştur. Bu proje başarılı bir şekilde devam ettirilmiş ve kadın girişimciliği alanında büyük başarılarla imza atmıştır. 2007 ile 2009 yılları arasında yürütülen projenin ikincisi gerçekleşmiştir. Yapılan iki projenin neticesinde birinci projede 1630 kadın eğitilmiştir. İkinci projede ise bu rakam 6291’lere kadar yükselmiştir. İki projenin toplamında 7922 kadın başarıya ulaşmış ve ikinci projedeki 255 kadın işyeri açarak kadın girişimci olmuştur (Kıral ve diğeri 2003, 39).

Kadın istihdamı ve kadın girişimciliğine yönelik hedefler ilk kez Devlet Planlama Teşkilatı tarafından beş yıllık devlet stratejisini belirlediği kalkınma planlarının 2001-2005 yılları arasında hedefler belirlenmiştir. Gelecek dönemde Onuncu Kalkınma Planı'nda kadın girişimcilerin daha fazla geliştirilmesini sağlamak adına özel bir destek programından söz edilmiştir.

1.2.3. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler

Türkiye'de kadınların işgücüne katılımı şartlara bağlı olarak değişmektedir. Literatürde kadınlar, enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde işgücü piyasalarına girmektedir. Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörler değişkendir. Bu faktörleri etkileyen de birçok unsur vardır. Dönemin ekonomik, sosyal vb. gibi yapılarının mevcut durumu kadınları girişimciliğe yönlendirir.

Türkiye'deki kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerden en başında, ekonomik koşulların hane halkı gelirinde yaratmış olduğu olumsuzluklar gelmektedir. Kadınlar hane halkına destek olabilecek iş kollarından biri olarak da girişimciliği tercih etmektedir. Kadınların özellikle bu tarz girişimleri küçük işyeri açmakla başlamaktadır. Kadınların küçük işyeri açma eğilimlerine neden olan faktörlerden ilki, kendi niteliklerini kullanarak aileye destek sağlamaktır. Diğer faktör ise, kadınlar ücretli bir işte çalışarak hanenin gelirindeki azalmaya destek sağlamak istemektedir (Keskin 2014, 86). Burada kadınlar bir işte çalışabilecek eğitim ve beceriye sahip olmalıdır. Bu yetkinliğe sahip olamayan kadınlarda kendi hesabına çalışarak desteklerini sağlamaktadır.

Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerden bir diğeri ise iş bulmada ya da çalıştığı işte yaşadığı zorluklar (cam tavan sendromu, mobing, cinsiyet ayrımcılığı, yetersiz maaş, yetersiz sosyal imkân vb.) kadınları girişimciliğe yönlendirmektedir. İşsizlik sorununun fazlasıyla yaşandığı toplumumuzda kadınlar belli bir deneyim ya da eğitimle birlikte girişimciliğe yönelebilmektedir. Mevcut bir işte çalışan kadın ise birçok sorunla karşı karşıya gelebiliyor ve bununla mücadele etse bile psikolojik olarak kadınları zorlamaktadır.

Kadınların girişimciliğe yönlendiren faktörlerden biri de kişisel faktörlerdir. Bunlar; mesleğini yapmak, bağımsız çalışma isteği, kendi işinin patronu olmak, ideallerini gerçekleştirmek, kendini kanıtlamak (hırs), başarılı olma arzusu, aile ya da herhangi birine muhtaç olmamak, network yapmak, yüksek sosyal statü isteği vb.dir. Hisrich ve Öztürk, kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerine yönelik bilgiye araştırmalarında yer vermişlerdir:

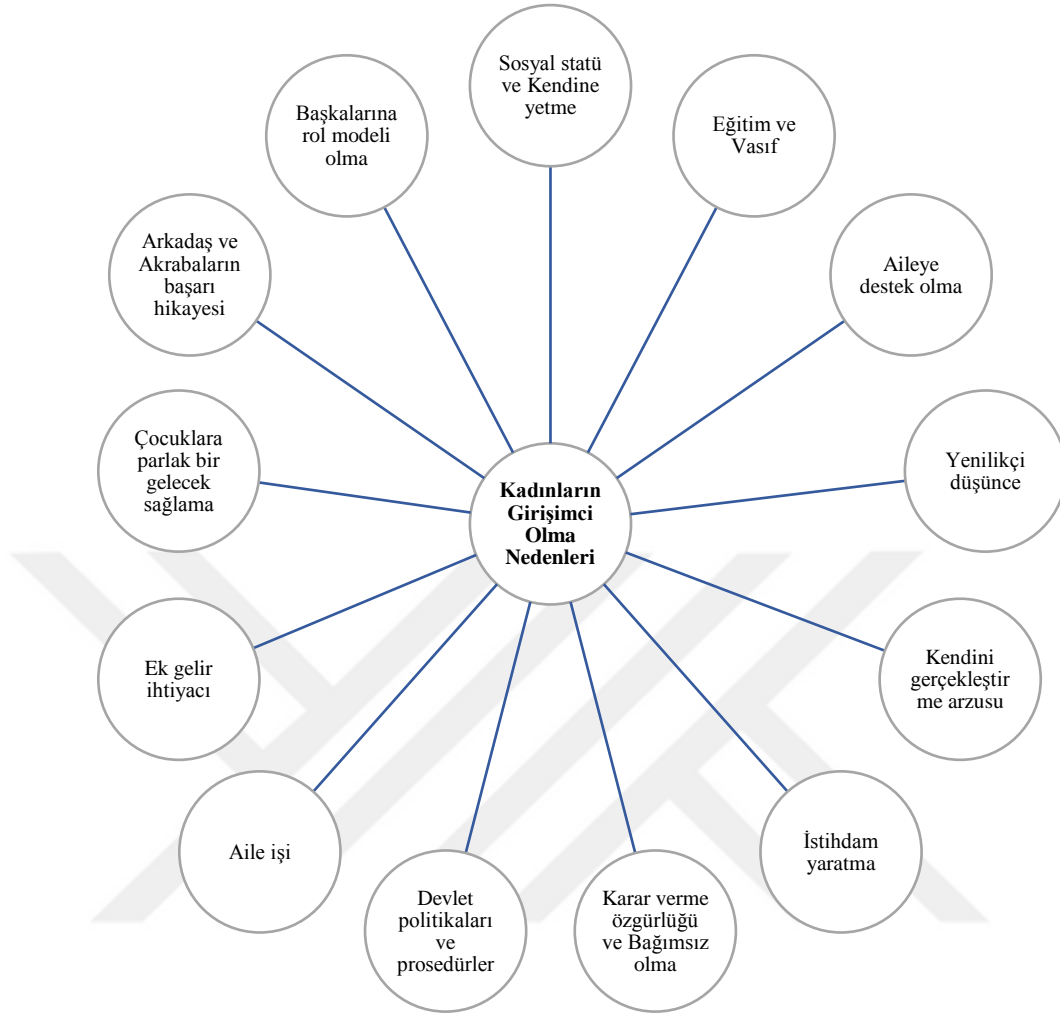
Tablo 5. Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri

Nedenler	Bu iş sahasıyla ilgilenmek: %35 Ev kadını olmaktan sıkılmak: %17 Yer değiştirme: %13 İşte hüsran: %11	
Motivatörler	En güçlü motivatörler	Bağımsızlık
		Başarı
	Zayıf motivatörler	İş Tatmini
		Ekonomik gereksinim
	Bazı güvenlik etmenleri	
	Diğer motivatörler	Fırsat, Statü, Para, Güç
Yetenekler	İnsan kaynakları, pazarlama, Yeni fikir-Ürün üretimi, İş süreçleri, Planlama/Strateji/Organizasyon ve Finans yönetiminde iyi olmak istemektedirler.	

Kaynak: Robert Hisrich, Sevgi Ayşe Öztürk, *Women Entrepreneurs in a Developing Economy. The Journal of Management Development*, Vol:18, No:2, 1999 akt: Meryem Demet Öztürk, *Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, YLT, İTÜ, 2016, s.49.

Tablo 5’de, kadınları girişimci olmaya yönlendiren faktörler için gerekli veriler sunulmaktadır. Kadın girişimcilerin %35’lik oran ile “bu iş sahasıyla ilgilenmek” faktörü iş kurmalarında büyük etki yaratmaktadır. Elde edilen bu oran kadınların ilgisi ve bilgisi olduğu sektörde girişimde bulunmasını sağlamaktadır.

Kadınların girişimci olmalarına neden olan faktörleri birçok araştırmacı ele almıştır. Sevtap Keskin’e ait araştırmada da kadınların girişimci olma nedenlerine ait birçok neden ele alınmıştır. Bunlar aşağıdaki Şekil 4’te gösterilmektedir:



Şekil 4. Kadınların Girişimci Olma Nedenleri

Kaynak: Sevtap Keskin, *Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, C.9, S.1, 2014, s.76.

1.2.3.1. Kadın Girişimci Tipleri

Girişimciler kendi içlerinde belli özellikleri barındırmasıyla türlere ayrılır. Kadın girişimciler, erkek girişimcilerden daha farklı bir şekilde sınıflandırılmaktadır. Bir girişimci, ideallerine bağlılık ve geleneksel olarak belirlenmiş cinsiyet rollerini benimsemesi kadın girişimcileri etkiliyor ise bunları sınıflandırmak mümkündür. Tablo 6’da kadın girişimci tipleri verilmektedir:

Tablo 6. Kadın Girişimci Tipleri

	Geleneksel Cinsiyet Rollerine Bağlı		
		Yüksek	Düşük
Girişimci İdeallere Bağlı	Yüksek	Geleneksel	Yenilikçi
	Düşük	Evcil	Radikal

Kaynak: Robert Goffee, Richard Scase, *Kadınlar İş Başında "Kadın Girişimcilerin Deneyimleri"* (1), Eti Yayıncılık, İstanbul, 1992, s.78.

Goffee ve Scase (1992) kadın girişimcileri, dört tipe ayırmışlardır. Bunlar; Geleneksel iş kadınları, yenilikçi iş kadınları, evcil iş yapan kadınlar, radikal iş sahipleri şeklinde ayırmışlardır:

- **Geleneksel Tip:** Bu tipteki kadınlar geleneksel normlara bağlı kadınlardır. Geleneksel yapılarını devam ettirirken, girişimci ideallere de önem vermektedirler. Geleneksel tipteki kadınlar çoğunlukla evlidir. Ancak sürekli olarak iş yaşamında karşılaştığı baskılar ile hane içerisindeki kişisel ilişkileri dengelemeye çalışırlar. Kadınların geleneksellikten gelen belli rolleri vardır. Bu rollerde kazandığı yeteneklere göre iş kurmaktadırlar. Dolayısıyla genellikle konuk ev, sekreterlik, yemekhane, kuaför salonu gibi işletmelerin sahibi olurlar (Goffee ve Scase 1992, 78). Kadınlar kurmuş oldukları işleriyle birlikte aile yaşantılarını bir arada devam ettirmesinden ötürü işletmelerini büyütmekte başarılı olamamaktadır.
- **Yenilikçi tip:** Geleneksel tipteki kadınların tam tersi bir durum mevcuttur. Burada ki tip, kadın rollerini reddeden ancak girişimci ideallerine ise oldukça bağlıdır. Amaçları ve motivasyonları, kurdukları işletmeyi büyütmek ve yüksek kâr maksimizasyonuna ulaşmaktır. İş yaşamını bütün değerlerin üstünde görürler. Bundan dolayı yenilikçi tip kadınlar genellikle evlenmemek ve az arkadaşına sahiptirler. Eğitim seviyeleri oldukça yüksek ve mesleklerinde ileri bir seviyeye ulaşmışlardır. Bu kadınlar geleneksel rollerin sunduğu görevlerden ziyade eğitim hayatlarında kazandıkları teknik bilgi ve tecrübelerini kullanarak işleri yaparlar. Yüksek eğitime sahip olan kadınların çalışma alanları halkla ilişkiler, basın-medya, reklamcılık gibi sektörlerdir (Goffee ve Scase 1992, 79).

- **Evcil tip:** Bu kadınlar girişimci ideallerine mesafeli bir bağlılık varken kadınlık rollerine ise büyük bir bağlılık vardır. Geleneksel tipteki kadınlar gibi geleneksel yetenekleri ile iş hayatında bir işletme sahibi olurlar. Kendi becerilerini ortaya koyan el sanatları, sağlıklı yiyecekler, terzilik ve güzellik üzerine iş sahibi oldukları bilinmektedir (Goffee ve Scase 1992, 79). Yaptıkları işten yeteneklerini sergilemeleriyle keyif alırlar bu yüzden kurdukları işi büyütmek ve yüksek kâr maksimizasyonuna ulaşmak gibi bir gayeleri bulunmamaktadır.
- **Radikal tip:** Bu kadınlar diğer tiplerden daha farklıdır. Hem girişimci ideallerine hem de geleneksel kadın rollerine mesafeli bir bağlılık vardır. Radikal tip kadınlar erkek önyargılarıyla karşılaşmış, yetenekleri olan ve üniversite mezunu kadınlardır. Kadının toplumdaki yerini ve geleneksel varsayımlarını sorgulamaktadır. Kurdukları işletmelerde kâr etmek şartlanmamıştır ancak elde edilen gelir ile kadınların çıkarları doğrultusunda kullanılır. Bu tür girişimler kadın hareketiyle ilişkilidir. Küçük ölçekli imalat, basın, yayın ve perakende satış gibi alanlarda bulunmaktadır (Goffee ve Scase 1992, 79). Bu kadınlar işlerine duyduğu bağlılıktan ötürü işletmelerini ekonomik bir birim olduğu kadar sosyal bir birim olarak da görürler.

İstihdam piyasasında farklı tipteki kadın girişimciler vardır. Bu kadın girişimcilerin işletmelerini yürütme tarzları, geleneksel ideolojileri ve kadın rollerine yönelik bağlılıkları değişkendir. Elbette daha farklı tipler de mevcuttur veya yeniden oluşabilir. Bu tamamen istihdamın ve yeni dünya düzeninin getirdiği bir durumdur. Ancak mevcut araştırmalarda bu kadın tiplerinden, radikal ve yenilikçi kadınların diğer kadın tiplerine göre sayısı artmaktadır.

1.2.4. Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Önemi

Türkiye’deki iş dünyasında, erkeklerin hâkim olduğu bir iş piyasası görmekteyiz. Kadınların ise, iş gücü piyasasında erkeklere göre çok az bir oranda var olduğu bilinmektedir. İş gücü piyasasında kadınların erkeklere göre neden daha az yer aldıklarına dair birçok araştırma ya da çalışma mevcuttur. Türkiye’de kadın istihdamı

söz konusu olduğunda özgürlüğün sınırları aile içinde kalmaktadır. Kadınların çalışma alanı piyasa olmaktan ziyade hane içinde çalışma söz konusudur.

Türkiye'deki kadın girişimciliği 1980 yıllarından itibaren önem kazanmaya başlamıştır. Büyük kuruluşların, kadın girişimciliğine yönelik birçok politika izlemesi bu durumun en büyük nedenidir. Bu politikalar, kadının toplumdaki statüsüne büyük önem kazandırmıştır. Bu gelişmelere ek olarak eğitimin gelişmesi, kırdan kente göç, yapısal reformlarda kadın girişimciliğinin zaman içerisinde önem kazanmasına etki etmiştir. Kadınların işgücü piyasasında kendilerini göstermeleri ile toplumdaki algılama biçimleri de değişecektir. Artık kadının konumu hane içerisindeki temel işlerle sınırlı kalmayıp, çalışma hayatında kadının da bir yeri olduğunu benimsetecektir. Yapılan araştırmalar kadınlar erkeklere göre daha farklı bir bakış açısına sahiptir. Kadınlar iş ve özel yaşamlarında daima dengeleyici bir tutum sergilemektedir. Kadınların bu davranışı ile iş hayatında daha başarılı oldukları kanısına varılmaktadır (Öztürk 2016, 37).

Kadın girişimciler, hassas bir ekonomiye sahip günümüz koşullarında ekonominin canlandırılmasında, çalışan sayısında meydana gelecek artışla ve küresel ölçekte faaliyetine devam eden işletmelerin kurulmasında sağlayacakları ciddi katkılar dolayısıyla önem arz etmektedir. Kadın girişimcilerin ekonomide yer almaları ekonomiye katkı sağlamakla birlikte pazardaki rekabetin artmasına neden olmaktadır. Günümüz ekonomisinin gelişmesi ve kalkınması için mevcut iş gücünün istihdama katılması önemli bir durumdur. Özellikle Türkiye geliştirmekte olan ülkeler kategorisinde yer aldığı için bu durum daha önemli hale gelir. Kadınların girişim göstermeleriyle kurdukları işlerde dolaylı yoldan istihdama da destek sağlayacaklardır.

Aşağıdaki Tablo 7'da kadınların 2014-2018 yılları arasında işgücüne katılma bilgileri verilmiştir:

Tablo 7. Kadınların İşgücüne Katılma Oranları – 2014/2018 (%)

Yıllar	(15+) ve Kadın	(15-64) ve Kadın
2014	30,3	33,6
2015	31,5	35
2016	32,5	36,2
2017	33,6	37,6
2018	34,2	38,3

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), *İşgücüne Katılma Oranları (2014-2018)*, (11 Ocak 2019) tarihinde <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> 'den alındı.

Tablo 7, Türkiye'deki kadınların işgücüne katılım oranlarının 2014 yılından itibaren artışının olduğu görülmektedir. Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 yılları arasında gerçekleşmiştir. Onuncu Kalkınma Planı'nın temel hedefi, kadınları istihdamda daha çok görebilmek ve işgücüne katılmalarını sağlamaktır. Bu hedefi gerçekleştirebilmek için belli adımların atılması planlanmıştır. Bunlar; kadınları istihdamda teşvik edecek projeler, hasta, çocuk ve yaşlı bakımı için devlet desteklerinin artırılması ve kadın girişimcilerini destekleyecek projeler oluşturulması bunun neticesinde kadınların sorunlarına ve engellerine çözüm önerileri geliştirmektir.

1.2.4.1. Türkiye'de Kadın Girişimciliğin Mevcut Durumu

Türkiye'de kadın girişimciliği toplum tarafından bilinen, öğrenilen ve araştırılan bir girişimcilik modelidir. Kadın girişimciliğine dair her geçen gün yeni projeler, programlar gündeme gelmektedir. Kadın girişimciliği üzerine açılan kurs, dernek, kurum ya da kuruluşlar da gün geçtikçe artmaktadır. Devlet teşvikleri, politikalar vb. yaptırımlar uygulanmaktadır. Girişimcilik ya da kadın girişimciliği akademik dünyada da ders, araştırma ve dönemsel projeler olarak da karşımıza çıkmaktadır. Kadın girişimciliği üzerine araştırmacılar, makale, tez, bilimsel yazılar yazmaktadır.

Türkiye'de girişimcilik faaliyetlerinin oranları artmaktadır. Ancak erkeklerin girişimcilik faaliyetleri ile kadın girişimcilerin faaliyetleri hala çok büyük farklarla kaynaklarda yer almaktadır. Türkiye'nin toplum nüfusunun %49,8'ini kadın nüfus

oluşturuyor. Erkekler ise toplum nüfusun %50,2'sini oluşturmaktadır. 2014-2018 yılları arasında kadın ve erkeklerin istihdam oranları aşağıda Tablo 8'de verilmektedir:

Tablo 8. Kadın ve Erkeklerin İstihdam Oranları – 2014/2018 (%)

Yıllar	(15+) ve Erkek	(15+) ve Kadın	(15-64) ve Erkek	(15-64) ve Kadın
2014	64,8	26,7	69,5	29,5
2015	65	27,5	69,8	30,5
2016	65,1	28	70	31,2
2017	65,6	28,9	70,7	32,2
2018	65,7	29,4	70,9	32,9

Kaynak: TÜİK, *İstihdam Oranı (2014-2018)*, (13 Ocak 2019) tarihinde <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=102&locale=tr> 'den alındı.

2014 yılından günümüze kadar olan verilerde erkeklerin istihdamdaki oranları kadınların yaklaşık iki katı kadarken kadınlar da zaman içerisinde istihdamdaki oranlarını arttırmayı başarmışlardır.

Türkiye'de üretmek, bağımsız çalışmak, yenilikçi olmayı isteyen ve bu riski göze alabilen kadın girişimcilerin çok az sayıda olduğu varsayımını çıkarabiliriz. Bu varsayımı elimizdeki istihdam oranlarına bakarak çıkarmak mümkündür. Girişimci faktörünün yanı sıra kadın, erkeğe göre girişimcilik alanında ikinci planda kalmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSMAN KAYNAKLARINA ERİŞİM OLANAKLARI

2.1.TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN EKONOMİDEKİ YERİ, DESTEKLEYEN KURULUŞLAR ve KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

2.1.1. Kadın Girişimcilerin Ekonomideki Yeri

Türkiye, gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer almaktadır. Türkiye’nin mevcut konumundan dolayı, her ülkenin de hedeflediği gibi toplumsal refahı sağlamak amacı ile kadının istihdamdaki yerine ekonomik anlamda da önem verilmektedir. Kadın girişimciliğinin ekonomideki yerini belirleyen aslında kadının istihdamdaki yerinin mevcut olmasıyla paralel bir ilişki içerisindedir.

Günümüz Türk toplumunda kadınların çalışma hayatındaki sorunlarına bakıldığında ki sorunlar hukuki olmaktan ziyade ekonomik ve sosyal sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınların istihdamda gün geçtikçe daha fazla yer almasına rağmen, ekonomik kalkınma süreci içerisinde yeteri kadar verim alabildiğimiz söylenemez. Türkiye’de kadın girişimcilerinin daha fazla olmasını sağlamak, mevcut kadın girişimcilerin güçlerine güç katmak ve kadın girişimcilerin global dünyayla bir arada olmasını sağlamak Türkiye’yi hem sosyal hem de ekonomik anlamda ileri bir seviyeye taşıyacaktır. Bu kalkınmanın sürdürülebilir olabilmesi içinde bu adımların atılması gerekmektedir (Can ve Karataş 2007, 253).

Kadınların tüm sektörler içerisinde var olabilmesi ekonomik anlamda Türkiye’nin güçlü ekonomisinin yapılanmasına bir adımdır. Kadın girişimcilerin ekonomik piyasada etkin bir rol oynaması, iş piyasasında belli dönüşümlere ve yerel ekonominin güç kazanmasına, en önemlisi de ülke ekonomisinin kalkınmasına büyük katkı sağlayacaktır. İş hayatında kadınların var olması toplumsal normlarında değişmesine neden olacaktır. Kendini iş hayatında gösteren kadınlar, toplumda kadın statüsünün güçlenmesine etki edecektir. Bu durum ülkenin gelişmişlik düzeyine katkı sağlamakla birlikte adaletsiz olan gelir dağılımının da önünde engel olacaktır (Can ve Karataş 2007, 253).

Kadınlar tarihsel süreç içerisinde ekonominin her aşamasında varlıklarını sürdürmüşlerdir. Ancak girişimcilik alanında kendilerini göstermeleri daha yakın süreçte gerçekleşmiştir. 20. yüzyılda kadınların işgücü piyasasında yer almaları ve işgücü piyasasındaki mevcudiyetlerini arttırmalarıyla bu dönemin en önemli sosyal ve ekonomik gelişmesini sağladıkları görülmektedir. 1980’li yıllardan itibaren girişimcilik olgusu hızlı bir ilerleme sağlamış ve ekonomide üretim faktörü olarak yerini almıştır. Tüm dünyada çalışan kişilerin demografik özelliklerinde belli değişimler olmuştur. Değişimlerden etkilenenlerden biri de kadınlar olmuştur (Arslan ve Toksoy 2017, 124). Eğitim unsuru kadın ve erkek fark etmeksizin ülke kalkınması için önemli bir unsurdur. Ekonomik alandan sosyal alana kadar olan tüm süreçlerde eğitimin öneminden kaçınılamaz. Türkiye’de hala kadın ve erkeklerde okuma yazma bilmeyenlerin sayısı oldukça fazladır. Bu veriler TÜİK tarafından araştırılmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Tablo 9. Cinsiyete Göre Seçilmiş Göstergeler – 2016 (%)

Seçilmiş Göstergeler	Erkek	Kadın	Toplam
Okuryazar olmayan nüfus oranı (25+ yaş)	1,6	8,5	5,1
Yükseköğretim veya fakülteden mezun nüfus oranı (25+ yaş)	18,8	14,2	16,5
İstihdam oranı (15+ yaş)	65,1	28,0	46,3
İşgücüne katılım oranı (15+ yaş)	72,0	32,5	52,0
Genç işsizlik oranı (15-24 yaş)	17,4	23,7	19,6

Kaynak: TÜİK, *Cinsiyete Göre Seçilmiş Göstergeler (2016)*, (20 Ocak 2019) tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27594>’den alınmıştır.

Kadınların işgücüne katılımları için eğitim seviyelerinin önemi oldukça büyüktür. Kadınların eğitim seviyesindeki yükselme ile işgücü piyasasında yer almaları aynı düzeyde gerçekleşmektedir. Eğitim düzeyi yüksek olan kadınların eğitim düzeyi düşük olan kadınlara göre daha iyi ekonomik faaliyetleri seçme olasılığı vardır. Tablo 9’daki TÜİK verilerine baktığımızda da 2016 yılında kadınların okuryazar olmayanlarının %8,5’lik bir orana sahip olmasıyla işgücüne katılımı 32,5 ile gerçekleşmiştir. Oysa erkeklerdeki okuryazar olmayanların oranı %1,6 iken işgücüne

katılımları 72,0 düzeyinde gerçekleşmiştir. Kadınlar eğitimi ne kadar benimserler ve bu yönde gayret gösterirler ise o kadar işgücünde var olacaktır.

Eğitim konusu kadınların girişimciliğe katılma oranlarını da etkilemektedir. Türkiye’de kadınlar eğitim seviyelerini daha ileri bir seviyeye taşıyarak, tecrübelerini, bilgilerini arttırarak iş gücü piyasasında daha çok yer almakla birlikte bilgi ve becerinin az olduğu sıradan işler yerine kaliteli eğitim alarak girişimcilik faaliyetlerini bu alanda tecrübe edinebileceklerdir (Keskin 2014, 84). Kadın, herhangi bir kurum altında çalışarak da ekonomiye katkı sağlayabilir ancak kendi kurduğu iş ile ekonomiye sağladığı katkı çok farklı bir boyuttur. Kadın girişimciler istihdamda kurdukları iş kolları sayesinde birçok kişiye de istihdam sağlayacaktır. İşsizliğin azalmasına katkıda bulunan kadın girişimciler, bu anlamda ülke ekonomisine katkı sağlar.

2.1.1.1. Kadın Girişimcilerin Sektör Tercihleri

Kadın girişimciler, işgücü piyasasında birçok alanda faaliyetlerini sürdürmektedir. Yapılan çalışmalara bakıldığında girişimcilerin sektör dağılımı, cinsiyet rollerine dayandığını görmekteyiz. Kadına özgü işler ve erkeğe özgü işler olarak bilinen işler, işgücü piyasasında ayrılaşmalara neden olmuştur. Kadın girişimcilerin sektör tercihleri birçok araştırmada verilmektedir. Bunlardan bazıları sayısal veriler üzerinden belirtilmiştir.

Muğla’da girişimci olarak ekonomik hayatta bulunan kadınlara yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma içerisinde kadın girişimcilerin %45,4’ü tekstil/konfeksiyon, %11,4’ü hediyelik eşya/tuhafiye, %11,4’ü kuaför/kozmetik, %9,1’i ayakkabıcı, %9,1’i mühendislik/mimar, %6,8’i eczacı ve %6,8’i gıda/market sektörlerinde girişimlerini devam ettirmektedir (Can ve Karataş 2007, 257).

Zonguldak’ta kadın girişimcilerin profilini ortaya koymak için 111 kadın girişimci ile bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma içerisinde kadın girişimcilerin %6,3’ü tarım, %9,3 ‘ü imalat ve %84,7’si hizmet sektöründe yer almaktadır (Erdun 2011, 70).

Ankara Ticaret Odasına Kayıtlı 104 kadın girişimcinin demografik ve genel karakteristik özelliklerini incelemeye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma sonucunda kadın girişimcilerin %74'ü ticaret, %16,4'ü hizmet ve %9,6'sı imalat sektöründe bulunmaktadır (Yağcı ve Bener 2005, 90).

Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı 695 kadın girişimci ve Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı 554 kadın girişimci ile karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma sonucunda kadın girişimcilerin %60'ı ticaret sektörü, %26,7'si hizmet sektörü, %8,3'ü imalat sektörü ve %5'i diğer sektörlerde yer almaktadır (Soysal 2010, 83).

Mersin'de ESO kayıtlı 224 kadın girişimci üzerine bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma kadın girişimcilerin, %37,5'i hizmet, %51,8'i ticaret ve %10,7'si imalat sektöründe girişimcilerini gerçekleştirmektedir (Yetim 2002, 83).

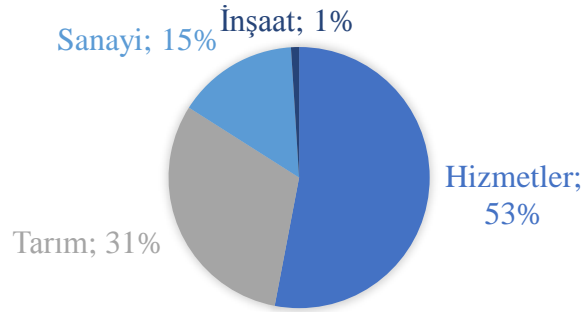
Girişimci kadınların sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma içerisinde 2010 ile 2015 yılları arasında KOSGEB veri tabanına kayıtlı girişimciler ile bulunmaktadır. Anketteki kadın girişimciler %5,22si bilgi/iletişim, %26,6'sı hizmet, %18,5'i imalat, %3,3'ü inşaat, %18,5'i konaklama ve yiyecek hizmeti, %0,4'ü madencilik ve taş ocakçılığı, %27,2'si toptan ve perakende ticarete ve %0,3'ü ulaştırma ve depolama sektöründe faaliyetlerini sürdürmektedir (Özyılmaz 2016, 76).

Türkiye'de kadın girişimciliği ve kadın girişimciliğini etkileyen engeller ve fırsatlar başlığı altında İstanbul ilinde mevcut olan 155 kadın girişimciler üzerine bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışma neticesinde görüşülen kadın girişimcilerin, %9,7'si bilgi ve iletişim, %47,7'si hizmet, %18,1'i imalat, %9,0'ı konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti, %12,3'ü toptan ve perakende ticaret ve %3,2'si diğer sektörlerde bulunmaktadır (Erdemir 2018, 54).

Kadın girişimcilerin bilgiye yaklaşımı ile TOBB İl Kadın Girişimciler Kurulu'nda bulunan 198 kadın girişimci ile görüşülmüştür. Bu görüşme sonucunda, %23'ü imalat, %17'i diğer hizmet faaliyetleri, %11'i inşaat, %8'i sigorta ve finans faaliyetleri, %6'sı toptan alım satım ve perakende satış, motorlu araç ve motosiklet tamiri, %6'ı eğitim, %4'ü taşımacılık ve depolama, %4'ü konaklama ve yiyecek içecek servisi, %4'ü bilgi ve iletişim, %3'ü madencilik ve taş ocakçılığı, %3'ü insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri, %2'si ziraat, avcılık, ormancılık, %1'i yönetim ve yardım hizmetleri faaliyetleri sektörlerinde girişimlerini devam ettirmektedir (Keten 2011, 145).

2015 yılında ÇSGB ve Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) iş birliğinde Kadın İstihdamı Eylem Planı yayımlanmıştır. Bu eylem planında kadın istihdamının sektörel dağılımı verilmiştir:

KADIN İSTİHDAMININ SEKTÖREL DAĞILIMI



Şekil 5. Kadın İstihdamının Sektörel Dağılımı - 2015

Kaynak: ÇSGB, İŞKUR, *Kadın İstihdamının Sektörel Dağılımı (2015)*, (2 Şubat 2019) tarihinde https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_484715.pdf 'den alındı.

Türkiye'deki kadın girişimcilerin yapılan araştırmalar neticesinde daha çok hizmet ve ticaret sektörlerinde daha yoğun olduğunu görmekteyiz. Erkek girişimcilere yönelik yapılan araştırmalar içerisinde, erkeklerin imalat ve inşaat sektöründe daha yaygın olduğu bilinmektedir. Cinsiyet rolleri esas alındığında, kadının yapabileceği

işler ve erkeğin yapabileceği işler olarak birbirinden ayrıldıkları görülmektedir. Kadın girişimciler, sektörde daha az sermaye ve donanım isteyen işlere yönelmektedir. Bu sektörlerde hizmet ve ticaret sektörüdür (Yetim 2002, 81).

Kadın girişimcilerin iş kurarken göz ardı edemediği bir önemli olgu ise, aile yaşamını ihmal etmemesidir. Kadın girişimciler erkek girişimciler gibi tüm enerjisini kuracağı işe vermemektedir. Kadınların hizmet ve ticaret sektöründe daha fazla oranda var olmalarının diğer bir nedeni de bu durumdur. Bu sektörlerde yürütülen işler, kadınların hane ve hane içindeki aile yaşamını dengelemesine imkân vermektedir. İmalat sektöründe bulunan kadın girişimciler bu nedenden ötürü bu sektörde kendilerine bir istihdam yaratmakta zorlanmışlardır. İmalat sektöründe mevcut olan kadın girişimciler çoğunlukla erkek bir ortak ile beraber işlerini devam ettirmektedir (Tatlıdil ve Candemir 1995, 92).

Kadın girişimciler hizmet sektöründe bir diğer cinsiyetçiliğin ayrımını hizmet ettiği müşteriye yapmaktadır. Kadınların kurmuş oldukları işletmeye daha çok kadın müşteri gelmesi durumu da cinsiyetçi bir yaklaşıma neden olmaktadır. Ticaret sektöründe de kadın girişimcilerin aileden gelme beceri ya da tecrübeden kaynaklı işletme kurdukları da araştırmalarda görülmektedir.

2.1.1.2. Kadın Girişimciliğini Destekleme Politikaları

Girişimcilik, geçmişten günümüze kadar olan süreçte giderek önem kazanan bir eylem olmuştur. Günümüzde devlet, girişimciliğe destek verecek ve girişimciliği koruyacak bazı tedbirler almalıdır. Girişimciliğin kurulması ve büyümesi kamu ya da özel kurumlar tarafından desteklenmesi çok büyük önem taşımaktadır.

Günümüz koşullarında ortaya konulan işlerin birçoğu büyük ölçekli firmalar tarafından değil daha çok küçük ya da orta ölçekli firmalar tarafından yaratılmaktadır. Girişimcilik faaliyetleri ne kadar desteklenir ve de büyür ise, o ülkenin istihdam oranı ve işgücü piyasası genişleyecektir. Bununla beraber ülkedeki işsizlik sayısında da düşmeler gerçekleşecektir. Girişimcilik ekonomik piyasadaki hareketliliği de ortaya çıkarmaktadır. Şöyle ki, girişimcilik piyasada rekabeti arttırmaya olanak tanır, bununla

beraber piyasada olan işletmelerde, girişimcilere karşı sürekli kendilerini yenilemek durumunda kalırlar. Bu etkinlikler sonucunda ise ekonomideki rekabet gücü artacaktır ve tüketici daha fazla seçeneğe ve uygun fiyatlı ürüne ulaşma imkânı sağlayacaktır.

Hükümetler, girişimciliğe destek vermek ve canlı tutabilmek için belli önemler almalıdır. Bu önlemler şöyle sıralanabilir:

- a) Toplumda girişimci bir kültür yaratmak
- b) Kadınlar, işsizler ve genç girişimcilere yönelik strateji sağlamak
- c) Girişimcilik eğitimlerine destek vermek
- d) İş kurma sürecinde idari ve hukuki süreçleri basitleştirmek
- e) Girişimcilere, iş kurma sürecinde danışmanlık sağlamak
- f) Girişimcinin sermaye kaynaklarına erişimini sağlamak (Tanrıseven 2004, 10-11).

Toplumda girişimci kültür yaratılması büyük önem taşır. Başarılı olan girişimciler, toplumdaki insanlar tarafından tanınır olması girişimciliğe adım atmak isteyen insanları motive edecektir ve cesaretlendirecektir. Kadınlar, işsizler ve genç girişimciler girişimcilik sektörüne dahil olmaları için stratejiler sunulmalıdır. Bu stratejilerin teşvik edici ve sürdürülebilir olması önemli bir husustur. Girişimciler, iş kurma sürecinde nelerle karşılaşacakları, nelerle karşılaşamayacağı, planlar, riskler, sektör tanımları vb. gibi birçok bilgiye ihtiyaç duyar. Bu ihtiyacı gidermek için girişimcilere yönelik eğitim, kurs ve seminer desteği sağlanırsa girişimcilik daha ileri bir seviyeye gidecektir.

Girişimciler iş kurarken en çok idari ve hukuki problemlerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu süreç girişimciyi yıpratır ve motivasyonunu düşürür. Bu durumu engellemek için hukuki ve idari süreçlerde basitleşmeye gidilmelidir. Girişimciler için en önemli başlangıç, iş planlama sürecidir. Bunu daha etkili ve verimli hale getirmek için bu süreçte danışmanlık alınması işlerin gidişatını daha kolay bir hale getirecektir. Girişimci için en önemli aşama girişimini gerçekleştirebilecek bütçeye sahip olabilmektir. Bu destek kamu ya da özel kurumlar tarafından sağlanabilmektedir. Başarılı ve gelecek vaat eden girişimciler projelerinin kuruluş aşamasında ya da ilk süreçlerde maddi potansiyeli yüksek olan bireyler tarafından destek alabilmektedir. Bu

kişiler, “iş melekleri” ya da “melek yatırımcı” olarak tanımlanmaktadır (Tanrısever 2004, 11).

Türkiye’de kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör, STK’lar ve bankalar kadın girişimcilerine yönelik kalkınma stratejilerine giderek daha çok önem vermektedir. Devlet ve devlete bağlı birçok kurum işgücü piyasasında kadının var olması ve kalkınmanın yükselmesi için kadın girişimcilerine yönelik politikalar geliştirmiştir. Türkiye’de kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik bilgiler Tablo 10’da verilmiştir:

Tablo 10. Türkiye’de Kadın Girişimciliğın Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar

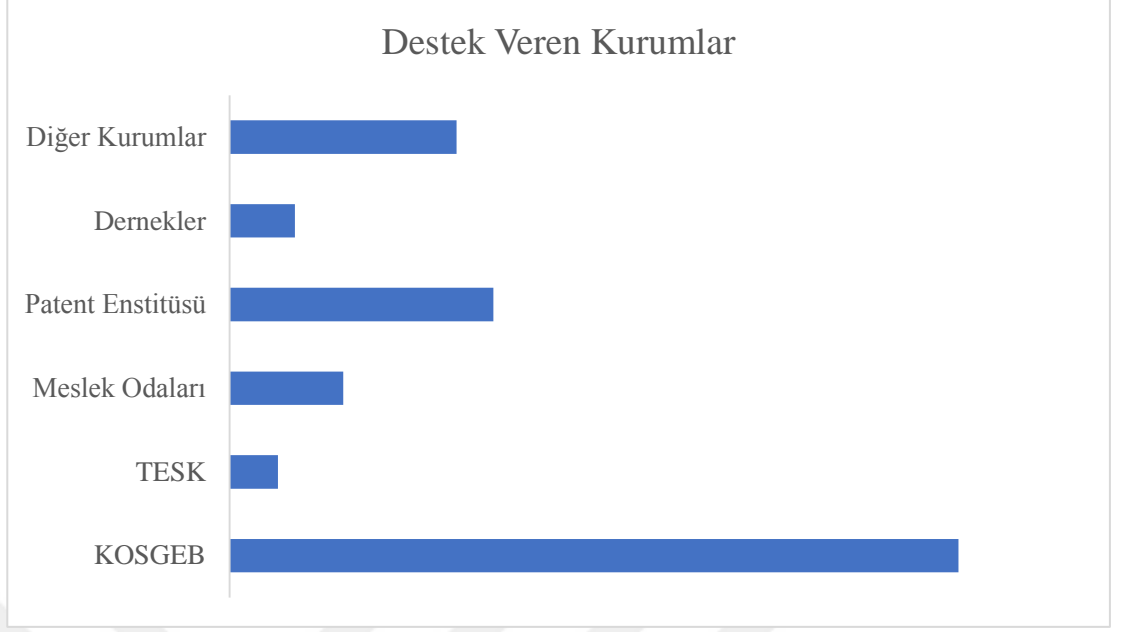
Yıllar	Çalışmalar
1990	Türk Medeni Kanunu’nda evli kadının çalışması ve ticarethane açması için gerekli “koca izni” şartı kaldırıldı.
1992 - 1993	İlk kez “Türkiye’de Kadın Girişimcilik” semineri ve “Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli” ile, konu tartışmaya açıldı. Türkiye genelini kapsayan ilk araştırma olan “Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri” konulu araştırma, N. Çelebi tarafından yapıldı. HB, “Kadın Girişimci” kredisi vermeye başladı
1995	KSGM, kadınların sahip olduğu mikro ve küçük işletmelerin durumunu incelemek amacıyla “Küçük Girişimcilik Projesi” konulu geniş çaplı bir araştırma yaptırdı.
2002 - 2003	Kadın girişimcilerin iş dünyasındaki statülerini sağlamlaştırmak ve ülke ekonomisine katkılarını artırmak amacıyla, KAGİDER kuruldu. Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği tarafından yoksul kadınları girişimci yapmaya yönelik “Mikro Kredi” projesi başlatıldı. AB ve TESK tarafından “Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi” projesi hayat geçirildi. Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi ve Kadın Merkezi iş birliği ile “Kadın Girişimciliği” projesi uygulandı.

Kaynak: Burcu Kılınç Savrul, Dalga Akyüz, *Türkiye Ekonomisinde Kadın Girişimcilerin Mevcut Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Önerileri*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, C.11, S.1, 2016, Sayfa sayısı (ss.) 166-167.

2000'li yıllarda yaşanan krizin sonucunda birçok kişinin işsiz kalması girişimciliği daha önemli kılmıştır. Devlet, bu dönemde girişimciliği arttırmaya yönelik çalışmalara önem vermiştir. Hükümet yetkilileri, kamuda iş bulmanın zor ve sınırlı sayıda olmasından dolayı insanları girişimciliğe yönlendirmektedir. Kamu ya da özel sektör kadınları istihdama dahil etmek isteseler de kadının toplum tarafından belirlenmiş geleneksel rolleri iş kurması ve yönetmesi sürecinde kadınları sekteye uğratmaktadır. Bu durumlardan ötürü kadın girişimcileri teşvik eden ve onların gelişmesine etki edebilecek politikalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Kadın girişimcilerine 2003 yılından sonra kurulan birçok dernek, özel ya da kamu kurumları destek vermeye başlamıştır. Bu kurumların yanı sıra artık günümüzde kadın girişimcilerin en çok desteğe ihtiyacı olduğu alan finans teminatıdır. Bu konuyla ilgili yapılan politikalar ve destekler neticesinde bankalar devreye girmiştir. Kadın girişimciliğine finansal desteği özel bankalar belli koşullarda temin etmektedir. Başbakanlık tarafından 2008 yılında yapılan Ulusal Eylem Planı'nda, eylem ve hedef stratejileri ortaya konulmuştur. Kadın girişimciliğinin eğitim, finansman ve danışmanlık hizmetleri ile desteklenmesi ve istihdama teşvik edilmesi bu stratejilerden biridir. Bu stratejinin gerçekleşmesi için de KSGM, STK'lar, Üniversiteler, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu, TESK gibi kurumlarla iş birliği yapılacaktır (Başbakanlık Kadının Statüsü Kurumu 2013, 40).

Türkiye'de kadın girişimciliğine destek veren kurumlar zaman içerisinde çoğalmaktadır. STK'lar, dernekler, kamu ya da özel kurumlar artık kadın girişimcilere dair ciddi çalışmalar yürütmektedir. Ancak Türkiye'de kadın girişimcilere verilen kurumsal destek sınırlı bir oranda gerçekleşmektedir. Kadın girişimcilerin çoğu kurumlar arasında en büyük desteği özellikle kredi desteğini bankalardan temin etmektedir. Ancak bankalar haricinde girişimcilik alanında en çok bilinen ve tercih edilen ise KOSGEB olmuştur. Ancak bu zamana kadar kadın girişimciliği alanında çok boyutlu çalışan bir kurumsal destek ortaya çıkmamıştır. STK'lardaki desteklerden ise haberdar olan kadın girişimci sayısı çok azdır.



Şekil 6. Kadın Girişimcilere Destek Veren Kurumlar

Kaynak: Garanti Bankası (GB), *Kadın Girişimciler Araştırması*, 2014, s.23. (5 Şubat 2019) tarihinde https://assetsgaranti.com/assets/pdf/tr/diger/us201_garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf 'den alınmıştır.

GB, 2006 yılından itibaren kadın girişimciliğine destek veren bankalardan biridir. Kadının iş dünyasında güçlenebilmesi için sadece finans alanında değil bilgi, destek gibi alanlarda da kadınlara danışmanlık hizmetleri sağlamaktadır. Kadın girişimciliğini desteklemek için birçok etkinliğe ve projeye ev sahipliği yapmaktadır. GB'nin gerçekleştirmiş olduğu bu büyük adım diğer birçok banka tarafından da uygulanmaya başlamıştır.

HB, 1995 yılında ilk Girişimci Bilgilendirme Merkezi'ni kuran bankadır. 2007 yılında da kendi işini kurmak isteyen kadın girişimcilere destek veren ilk kamu bankası olmuştur. Türkiye Ekonomi Bankası (TEB), Kobilere sağladığı desteklerle bankalar içerisinde en çok tercih edilen bankalardan biridir. TEB, kadın girişimcileri desteklemek ve iş hayatında varlıklarını güçlendirmek adına 2015 yılında TEB Kadın Akademi'yi kurdu. Türkiye'de ilk kez banka bünyesinden bağımsız bir şekilde ayrı bir yapılanma kurulmuştur. Kadın girişimcilere hem finansal desteği hem de girişimciliğe dair danışmanlık hizmeti vermeye başladı.

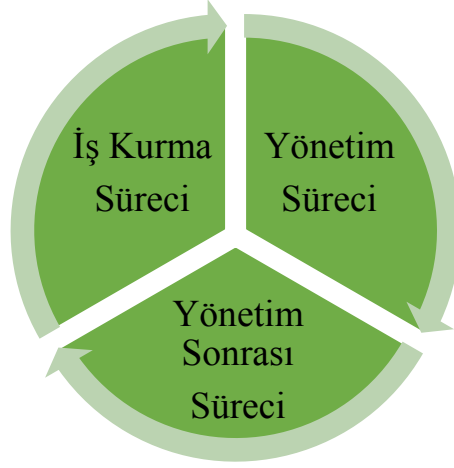
Kadın girişimciliğine dair günümüzde özel ya da kamu bankası fark etmeksizin destek sağlanabilmektedir. Ancak buradaki desteğin kadın girişimcilere ne derece verim sağladığı önemli bir veridir. İllerde faaliyet gösteren ve iş kurmak isteyen kadınlar için destek veren kurumlarda mevcuttur. İlçelerde kaymakamlıklara bağlı çalışan sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıfları da kadınlar için gerekli yardımı sağlamaktadır.

2.1.2. Türkiye’de Kadın Girişimcileri Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar

Türkiye’de girişimcilik kavramının zaman içerisinde değer kazanması ile devlet ve özel kurumlar bu konu üzerine daha çok çalışmalar yapmaya başlamıştır. Girişimcinin iş kurma sürecinde ve sonrasında birçok zorlukla karşı karşıya gelmesi durumu vardır. Bu süreç içerisinde girişimcinin belli konularda eğitilmesiyle girişimci iş piyasası, pazar piyasası, sektör tanımı vb. konularında bilgi sahibi olacaktır.

Türkiye’de değişen toplumsal yapı normları ile kadın girişimciliğinde de büyük bir ilerleme sağlanmıştır. Değişen toplumsal normlar kadını çalışma hayatına yönlendirmiş ve artık kadınlar kendi iş planını hayat geçirebilmektedir. Kadınların girişimcilik sektöründe karşılaştıkları birtakım sorunlar, sınırlamalar vardır. Kadın girişimciliği alanında geçmişten günümüze kadar yapılan tüm gelişmeler neticesinde Türkiye’de özellikle de son zamanlarda bu alandaki eksiklikler ortaya koyulmuştur. Kadın girişimciliğinin daha ileri bir seviyeye ve daha verimli olabilmesini sağlamak için belli desteklere ihtiyaç duyulmuştur.

Yapılan araştırmalar ile birçok kadın girişimciyle görüşülüp piyasada var olmalarında ya da olamamalarındaki nedenler incelenmiştir. Kadının çalışma hayatında yer almasını sağlamak için ya da kendi işini kurmasında yardım etmek amaçlı kadın girişimciliğine destek veren kurum ve kuruluşlar ortaya çıkmıştır. Bu kurum ve kuruluşlarda devlet tarafından oluşturulanlar ve sivil merkezli olanlar da mevcuttur. Kadın girişimcilerin destek alma süreçleri Şekil 7’de gösterilmiştir:



Şekil 7. Kadın Girişimcilerin İş Kurarken Destek Alma Süreçleri

Kadın girişimciler birinci aşama olan iş kurma sürecinde, pazar piyasası, finans desteği, meslek bilgisi, işletme yönetme faaliyetlerine hâkim olması, olası ihtimallere karşı önlem alması kişisel gelişimlerine destek sağlaması, özgüvenlerini kazanması vb. gibi konularda bilgi sahibi olmalıdır. Bu olasılıklara ve bilgilere sahip olarak iş kurmada ve devam ettirmede sıkıntıları minimum seviyeye indirecektir. İkinci aşama, kurulan işin yönetimini sağlamaktır. İş kurma sürecinden sonra işletmenin devamlılığı için ve işletmenin verimli çalışmasını sağlayarak girişimcinin kâr elde ettiği süreçtir. Bu süreç içerisinde kadın girişimci kurulan kurum ve kuruluşlardan da destek almaktadır. Finans desteği, girişimin sürekliliği için alınan tedbirler, rekabet piyasasının belirlenmesi, yeni pazarlar hakkında bilgi sahibi olma vb. yönetim süreçleri için danışmanlık hizmeti almaktadır. Üçüncü aşama, yönetim sonrası sürecidir. Bu aşamada kadın girişimci kurmuş olduğu işletmenin büyüme politikaları ve buna ilişkin finans desteği ve melek yatırımcılar hakkında bilgi sahibi olur. Bunun yanı sıra işletmesini markalaştırma ile daha üst düzeye çıkarabilir.

Türkiye’de kadın girişimciliğini destekleyen kurum ve kuruluşlar Tablo 11’de verilmektedir:

Tablo 11. Kadın Girişimcileri Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar

Kurum Adı	Yıl
TESK	1964
Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV)	1969
Türkiye Sanayiciler ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD)	1971
Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA)	1985
KEDV	1986
Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGİAD)	1986
KOSGEB	1990
KSGM	1990
KAGİDER	2002
İŞKUR	2003
TOBB Kadın Girişimciler Kurulu	2007

Tablo 11’de belirtilen kurumlar dışında birçok üniversite, STK, illerde mevcut olan Sanayi ve Ticaret Odaları, kamu ve özel bankalar vb. kadın girişimciliği konusunda kadınlara destek sağlamaktadır.

2.1.2.1. Kadın Girişimci Derneği

Türkiye’de faaliyet gösteren 37 kadın girişimci tarafından, 2002 yılında kâr amacı olmayan sivil toplum örgütü olarak İstanbul ilinde kurulmuştur. 2002 yılında düzenlenmiş olan Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Toplantısına katılan kadın girişimcilerin, düzenlenen bu etkinlik içerisinde kendilerini yalnız hissetmeleri ile bu süreç başlamıştır. Toplantıya katılan ve KAGİDER kurucu üyelerinden Meltem Kurtsan ülkeye dönmesiyle kurulmasını istediği bu örgüte dair fikirlerini TÜSİAD ile paylaşır ve TÜSİAD’ın desteğiyle aynı yıl içerisinde örgüt etkin hale gelir.

KAGİDER, genç kadınları iş yaşamına hazırlamak, girişimci olan ya da olma niyetinde olan kadınlar için eğitimler vermenin yanı sıra mentörlük desteği de

sağlamaktadır. Birçok proje ve çalışma yürüterek kadın girişimcilerin istihdam da yer almasını sağlamıştır. 2002 yılından günümüze kadar 46 farklı sektör ve alanda faaliyet gösteren 300 üyesi mevcuttur. KAGİDER çalışmalarını 8 ana strateji doğrultusunda sürdürmektedir. Bunlar:

Tablo 12. KAGİDER'in 8 Ana Stratejisi

1	Çalışma hayatındaki kadın çalışan sayısını artırmak ve kadın girişimcilerin desteklenmesini teşvik etmek
2	Kadınların çalışma hayatına girmesi ve girişimci olması için kadınlara eğitim ve mentörlük vermek
3	KAGİDER çalışmalarının etki alanını tüm ülke çapında yaymak
4	Kadın girişimciliğinin ve ekosisteminin gelişmesi için yasal altyapıyı desteklemek ve teşvik etmek, finansal kaynak erişimine yol göstererek destek olmak
5	KAGİDER üyelerinin kişisel ve iş bazında gelişmelerini destekleyerek etki alanlarını ve büyümelerini desteklemek
6	Genç kadınları, eğitimlerine devam ederek çalışma hayatına katılmaya ve girişimciliğe özendirmek
7	KAGİDER'in bilinirlik ve itibarını arttırmak
8	Kadının çalışma hayatına ve girişimciliğe destek vermek için içerik, teknoloji, savunu çalışması üreterek, ulusal ve uluslararası düzeyde referans noktası olmak

Kaynak: KAGİDER, *Kagider Hakkında*, (14 Şubat 2019) tarihinde <http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda> 'den alındı.

2.1.2.2. Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı

KEDV, 1986 yılında kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak kurulmuştur. KEDV'in kurulma amacı, düşük gelir grubuna giren kadınların ekonomik durumlarını daha iyi bir seviyeye getirmek, yaşam kalitelerini arttırmak ve yerel kalkınma içerisinde liderliklerini güçlendirmek olmuştur. Yoksul kadınların yaşamlarını nasıl devam ettirdiğine dair duygu ve düşünceler ile çalışmalarını devam

ettirmeyi bir yöntem olarak benimsemişlerdir. KEDV'in, 2001-2009 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile kamu yararına kuruluş statüsü bulunmaktadır (KEDV 2019).

Ege Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve İstanbul'da düşük gelirli semtlerinde ve depremden etkilenen bölgelerinde çalışmalarını yürütmektedir. Türkiye'nin birçok bölgesinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Talep edilmek üzere belediyeler, STK'lar vb. örgütlere eğitim ve danışmanlık sağlamaktadır.

2.1.2.3. Küçük ve Ortak Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı

KOSGEB, ülkenin ekonomisinde büyük paya sahip olan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) etkinliklerini ve piyasadaki rekabet gücünü arttırmaları ve sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek üzere 1990 yılında kurulmuştur (Cansız 2008, 80).

KOBİ'lerin ülke ekonomisine katkıları büyük önem teşkil etmektedir. Bu işletmelerin etkinliğini arttırmak için KOSGEB düzenlemeler yapmaktadır. KOSGEB'in projelerinden biri olan Girişimcilik Destek Programı birçok insanın yeni iş kurmasında büyük katkı sağlamaktadır. Uygulamalı girişimcilik eğitimini başarıyla tamamlayan bireyler yeni girişimci desteği almaya hak kazanırlar. Türkiye'nin belli noktalarında (Kütahya, Çorum, İstanbul, Nevşehir) Kadın İş Geliştirme Merkez'leri açılarak kendi işini kurmak isteyen kadınlara girişimci desteği sağlanmaktadır. Verilen Uygulamalı Kadın Girişimcilik eğitimlerinde kadınlara ayrıcalık tanınmış ve kadınlara %80 oranında destek sağlanmıştır. Bu oran erkeklerde ise %60-%70 arasındadır.

2.1.2.4. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü

1990 yılında kurulan KSGM, günümüzde ASPB içerisinde faaliyetlerini sürdürmektedir. KSGM'nin çalışmaları kadın odaklı ve kadın aleyhine olan her şeyi kapsamaktadır. Kadına karşı yapılan ayrımcılıklara engel olmak, kadın haklarını

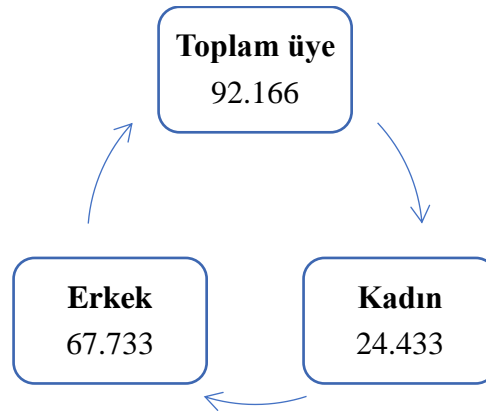
korumak zaman içerisinde geliştirmek, kadınların toplum içerisinde daha eşit Şartlarda yaşamalarını sağlamak bunlardan bazılarıdır.

1994 ile 2000 yılları arasında “Kadın İstihdamının Geliştirilmesi Projesi” ile bütün işgücü kollarında ve piyasasında kadınlara daha iyi iş ve meslek imkanlarının sunulmasını destekleyecek politikalar üretmişlerdir.

2.1.2.5. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TOBB bünyesinde yer alan Kadın Girişimciler Kurulu, 2007 yılında kadınları girişimciliği konusunda politikalar yürüten ve geliştiren, yeni görüşlerin oluşturulmasına katkıda bulunan bir kurumdur. Girişimcilerin fikirlerini gerçekleştirebilmesi için kadın girişimcilere eğitim ve kapasite geliştirme desteği sağlamaktadır.

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu, 81 ilde mevcut olmakla birlikte 5674 yesi vardır. Kadın Girişimciler Kurulu’nun ardından 22 Ekim 2009 tarihinde TOBB Genç Girişimciler Kurulu kurulmuştur. Bu kurulda da 7718 ye mevcut ve 81 ilde faaliyetlerini sürdürmektedir. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu yeleri tarafından sağlanan istihdam verileri Şekil 8’de gösterilmiştir:



Şekil 8. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu yeleri Tarafından Sağlanan İstihdam

Kaynak: TOBB, *Girişimcilik Müdürlüğü*, (18 Şubat 2019) tarihinde <https://mobil.tobb.org.tr/HaberResimleri/5614-10.pdf> den alındı.

2.1.2.6. Destek Veren Diğer Kurumlar

Türkiye’de kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması için birçok kurum çeşitli eğitimler, seminerler, projeler yapmaktadır. Temel hedef, kadının istihdamdaki gücünü arttırmaktır. TESK, kadına yönelik hiçbir çalışma söz konusu değil iken 1995 yılında AB Hibe Yardımları projesine paket program olarak “Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi” projesini sunmuştur (TESK 2019). Bu projenin kabul görmesi ile kadın girişimciliğine yönelik çalışmalar başlamıştır.

İŞKUR, istihdamın aktif olmasını, korunmasını, gelişmesini ve işsizliğin azalmasına destek sağlamak amaçlı kurulmuş kurumdur. Bireylerin istihdama katılabilmesi için kendi işlerini kurması adına “Girişimcilik Eğitim Programları” düzenlemektedir. Kadın girişimcilerin bu eğitim programlarından yararlanılması sağlanarak istihdama katılmaları desteklenmektedir. 1969 yılında kurulan TKV ise, kırsal alanda yaşamlarını sürdüren kadınlara destek vererek toplumdaki statülerini yükseltmelerini sağlamak amacıyla kurulmuştur.

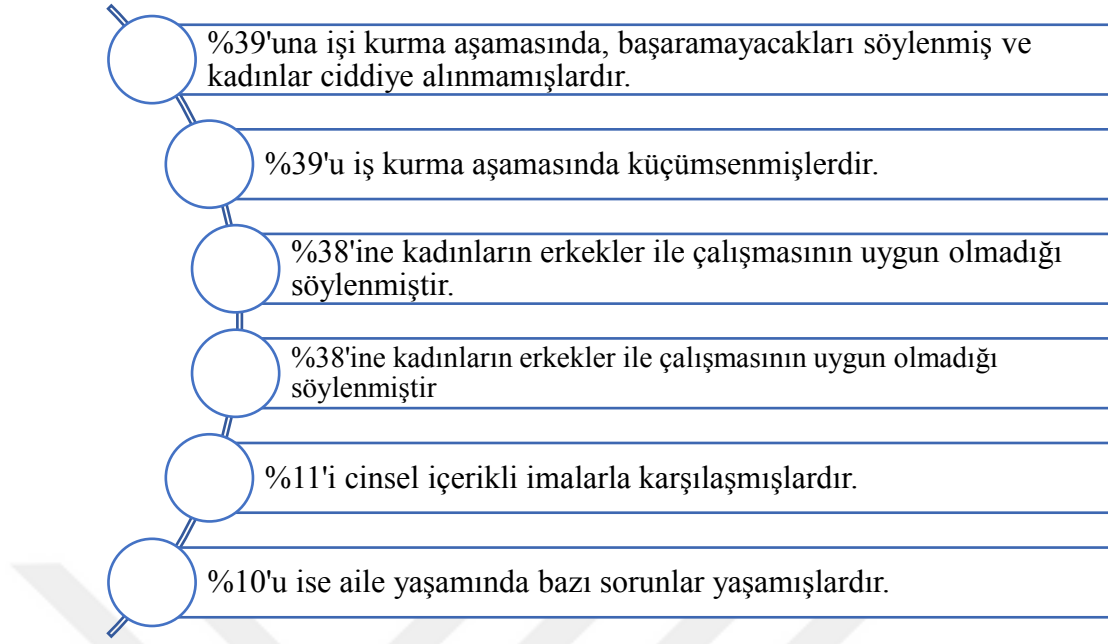
TÜSİAD ve TÜGİAD gibi dernekler de bünyesinde bulunan iş kadınlarına, finans ve pazarlama gibi konularda destek sağlamakta ve girişimciliğe yönelik eğitimler vermektedir. MEKSA 1985 yılında kurulmuş ve kamuya yararlı bir kurum olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. İşgücü piyasasının ihtiyaçlarını analiz ederek uygulamalı meslek eğitimi modelini ortaya koyan ve geliştiren bir kurumdur. Kadınlara çıraklık eğitimi düzenlemekte ve kadınların yoğun olarak bulunduğu mesleklerin çıraklık yasalarına dahil edilmesine yönelik çalışmalar yürütmektedir (MEKSA 2019).

2.1.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Kadın girişimciliğine yönelik yapılan araştırmalarda, kadınların ekonomik hayatta erkeklerden farklı kapasite ve özelliklere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların işlettiği işletmeler, yönetim modelleri, karşılaştıkları sorunlar, işletme performansları ve benzer konularda erkeklerin sahip olduğu işletmelerden farklılık göstermektedir.

Bir işletmenin kurulması, işletilmesi ve büyütülmesi zor bir süreçtir. Kadın ve erkek girişimciler bu zorlu süreci yaşamaktadır. Ancak kadın girişimciler bu süreçteki sorunların yanı sıra daha başka problemlerle de uğraşmak zorunda kalmaktadır. Bu problemler aileleri, eğitimleri, salt kadın olmaları, gerekli iş bağlantılarına sahip bulunmaları ve yeterince tecrübe sahibi olmamalarıyla ilgili problemlerdir (Güney 2015, 249). Ortaya konulan bütün bu problemler kadın girişimcilerin işlerini geliştirme ve yönetme durumunda olumsuz olarak etkilemektedir.

Günümüzde kadının ekonomik hayattaki ve toplumsal ilişkilerdeki yeri, faaliyetlerine yönelik geleneksel bakış ve inançların geçerliliği azalmış durumda olmasına rağmen kadınlara dair istenilen noktaya henüz varılamamıştır. Kadın girişimcilerin iş kurma sürecinde karşılaştıkları sorunları yapılan araştırmalarda belirlemeli ve bu sorunlara yönelik çözümler üretilmelidir. Bu çözümler neticesinde kadın girişimciler ekonomik piyasada daha fazla sayıda ve daha güçlü şartlarda varlıklarını devam ettirecektir. GB'nin Kadın Girişimciler Araştırması'nda, kadın olmanın girişimcilik için zorluklarından söz eden kadın girişimciler için Şekil 9'daki verilere ulaşılmıştır:



Şekil 9. Kadın Olmanın Girişimcilik İçin Zorluklarından Söz Eden Kadın Girişimciler

Kaynak: GB, *Kadın Girişimciler Araştırması*, 2014, s.26. (20 Şubat 2019) tarihinde https://assetsgaranti.com/assets/pdf/tr/diger/us201_garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf 'den alınmıştır.

GB'nin elde ettiği verilere ve genel olarak araştırmalara baktığımızda, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların temelinde, erkek egemen bir iş piyasasının olması ve iş piyasasında kadınların yer almasına dair önyargıların bulunması yatmaktadır.

2.1.3.1. Makro Boyuttaki Sorunlar

Kadın girişimcilerin makro boyuttaki sorunları devlet, yasalar ve sektörel durumla ilgilidir. Sadece kadın girişimcilere yönelik değil aslında girişimci olacak her birey için bu sorunlar söz konusudur. Ancak kadın girişimcilerin bu sorunlarla daha fazla mücadele ettiği ve ayrımcılıkla karşı karşıya kaldığı literatür kaynaklarında da yer almaktadır. Kutanis'e göre kadın girişimcilerin sorunları, makro ve mikro boyutta ele alınmıştır. Kadın girişimcilerin karşılaştığı makro boyuttaki sorunlar şunlardır:

- Sermaye ve mal temini
- İşyeri bulma
- Donanım, araç, gereç temini
- Resmi kuruluşlarla irtibat
- Toplumun bakışı
- İş bağlantıları
- Kalifiye personel temini
- Piyasadaki dalgalanmalar
- Ödemeler, senetler
- Diğer kadın girişimcilerle örgütlenememe (Kutanis 2006, 65).

Makro sorunların başında sermaye temini gelmektedir. İş kurma sürecinde sermaye temini için başvuru kaynaklarının erkek ve kadın girişimciler için farklı olduğu gözlemlenmektedir. Erkek girişimciler kadın girişimcilere göre bankalardan ya da yatırımcılardan finans desteğine daha kolay ulaşabilmektedir. Kadın girişimcilerin gelir ve borç düzeyleri erkeklere göre farklılık gösterdiği için bakıldığında kadın sermaye ve kredi kullanımı erkeklere oranla çok düşük seyretmektedir. Türkiye’de ve dünyada bununla ilgili bir kısıtlama olmasa da var olan durum kadınların erkeklere göre daha az sermaye ve kazanç sahibi olduğunu göstermektedir (Efe 2016, 147). Kadın girişimciler istenilen finansal desteği göremediklerinde gereken sermayeyi genellikle kişisel ve ailevi tasarruflardan sağlamaktadır.

İş kurma aşamasında temel sorun olan sermaye temininin beraberinde kurulacak işe uygun işyeri bulma, araç, gereç alınabilmesi de sermaye yetersizliğinin getirdiği sorunlar arasında yer almaktadır. Bu sorunların oluşumunda kadın girişimci, yeterli bilgi ve donanıma sahip değilse yani gerekli eğitimi destek veren kurum ve kuruluşlardan sağlamadıysa da büyük sıkıntılar yaşar. Geleneksel normların devam ettiği toplumlarda kadın girişimcilerin işi daha da zorlaşmaktadır. Bu toplumlarda resmi işlerin (iş bağlantıları, banka işlemleri vb.) yürütülmesi genellikle erkekler tarafından yapılması kadın girişimciler için dezavantaj bir durum yaratmaktadır. Bu yüzden kadın girişimciler, kendilerine destek sağlayacak kalifiye erkek eleman temin sıkıntısı yaşamaya başlarlar.

İş gücü piyasasındaki dalgalanmalar ve belirsizlikler beraberinde birçok sorunu da ortaya koymuştur. Bu dalgalanmalar kadın girişimcilerin ödemelerinde problemler yaşamasına neden olmuştur. Makro sorunlardan bir diğeri de kadın girişimcilerin örgütlenememesi üzerine olmuştur. Ancak bu sorun günümüz koşullarında daha da yumuşatılmış ve olumlu gelişmeler yaşanmaya başlanmıştır.

2.1.3.2. Mikro Boyuttaki Sorunlar

Kadın girişimciler, girişimcilerin karşılaşmış olduğu birçok soruna girişimcilik sürecinde dahil olabilmektedir. Ancak kadınların, sırf kadın olmalarından ötürü erkeklerden farklı olarak belli problemlerle karşı karşıya kalması kaçınılmazdır. Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştığı mikro boyuttaki sorunlar şunlardır:

- Eğitim
- Tecrübesizlik, bilgisizlik ve yalnız kalma
- Sosyal bilgi ağına dahil olamama
- Müşteri ile gerekli iletişimi kuramama
- Aile tepkileri
- İş yükü fazlalığı
- Müşterilerin ve erkek meslektaşların algılaması (Kutunis 2006, 65).

Mikro boyuttaki sorunlar, kadın girişimcinin yakın çevresi ve kişisel özelliklerinden oluşan sorunlardır. Kadınlar girişimciliğe yönelik adımlar atarken plansız hareket edebilmektedir. İş kuracakları sektörle ilgili bir deneyimi olmayan kadın girişimciler sektör hakkında yeterli bilgiye ve donanıma sahip olmadan iş kurma faaliyetini gerçekleştirmeleri zaman zaman olumsuz sonuçlar doğurabiliyor. Girişimcilik üzerine eğitim almamaları ve kadın girişimcilerin işgücü piyasasında deneyime ve becerilerini gösterememelerine yol açmaktadır.

Kadınların günümüzde eğitimle mücadeleleri ciddi aşamalarda ilerlemiş olsa bile formel iş ortamında bilgi ve tecrübe eksikliği duymalarına ve sosyal iletişim ağı içerisin girmemelerine neden olmaktadır. Oluşan bu durum neticesinde müşteri ile

gerekli iletişimi kuramamaktadır. Geleneksel değerlerimiz arasında, eğer bir kadın evli ise eşini, bekar ise babasını evin veya ailenin reisi olarak görmektedir. Dul ya da boşanmış bir kadın ise aile reisi olarak kendini görmektedir. Bekar bir kadın girişimciler genellikle aileleri tarafından destek görürken yakın çevresi tarafından bu desteği yeterince görememektedir. Çünkü yakın çevre kadının bir iş kurmasının ve iş hayatında yoğun olacağını düşünmesi üzerine bir aile kurmasının bu süreçte zor olacağını dile getirmektedir. Bu tür tepkilere maruz kalan kadın ise girişimciliğe olumsuz olarak bakabilmektedir. Kadınların evli olması durumunda ise ona belli şartlar sunuluyor. Bunlar genellikle, ev işlerini ihmal etmeme, aileyi ilgisiz bırakmama koşullarını yerine getirirse kadın birlikte olduğu eşi tarafından destek görmektedir (Soysal 2010, 103).

Kadınların temel sorumluluğu ev içi düzenini ve çocuğunu büyümesi olarak algılanmasından ötürü ilk görev olarak aile içi görevleri benimsemektedir. Bu tür sorumluluklara sahip olan kadınlar kuracakları işe yeteri kadar zaman ayıramamaktadır. Ancak çoğu zaman kadınların hem işgücüne katılması hem de ev içi işlerini aynı anda yürütmesi oldukça zor olmaktadır (Narin ve diğerleri 2006, 71). Kadının iş yükü erkeğe göre bu durumda daha fazla olmasından ötürü kadınlar genellikle ya çocuğunu büyüttükten ya da iş yükünü başka birine aktardıktan sonra girişimde bulunabiliyor.

Yakın çevresi ve aile tarafından oluşan tüm engellerin yanı sıra kadınların en çok etkilendiği nokta kuşkusuz ki cinsiyet ayrımcılığıdır. Kadın girişimciler cinsiyet ayrımcılığını en çokta girdikleri sektörlerde görmektedir. Kadınların iş kurma sektörü genellikle hizmet, sağlık ve eğitim gibi sektörler olmasından dolayı bu sektörlerde avantajlı duruma geçebilmektedir. Eğer bir kadın girişimcinin eşi de girişimci ise kadının mevcut işgücü piyasasında meşruiyet kazanması çok daha kolay olabilmektedir. Müşterilerin ve erkek meslektaşların algılaması bu yönde değişimlere neden olabilmektedir (Kutaniş 2006, 70).

Kadın girişimciler iş kurma sürecinden iş yürütme aşamasına kadar birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Kadınların bu sorunlarına çözümler geliştirilmelidir. Kadın girişimcilerin istihdamda daha fazla bir sayıya ulaşabilmesi için öncelik bu sorunları çözülme yollarının oluşturulmasından geçmektedir. Kadın

girişimcilerin her sorununa devlet ya da örgütler tarafından destek sağlanmalı ve çözümler sürekliliğini devam ettirmelidir.

2.2. TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE FİNANSAL ve BÜROKRATİK KISITLAMALAR

2.2.1. İşgücü Piyasasında Çalışan Profili

İşgücü kavramı, mevcut nüfusta istihdam edilenler ve işsizler olarak tanımlanabilmektedir. İstihdam edilen insanlar, belirli bir ücret karşılığında çalışanlar ile kendi hesabına çalışanları oluşturur (Özkaplan 1999, 65). Türkiye nüfusunun hacmi büyük ve genç bir dinamığe sahip olması, eğitimin yetersizliğı, mevcut ekonomik sorunlar, yüksek enflasyon ve buna bağılı dış borç yükleri, vergilerin yeterli düzeyde toplanamamış olması ve enformel sektörün olumsuz koşulları Türkiye’nin işgücü piyasasına dair birçok bilgiyi bize vermektedir (Şahin 2011, 554).

Türkiye, tarihsel süreçte birçok toplumsal dönüşüm yaşamıştır. 1950’li yılların getirdiğı sanayileşme ve kentleşme toplum içerisindeki göç dalgasını arttırmaktadır. Göçün hızlanmasına birtakım etkenler neden olmaktadır. Bunlar; tarımda makineleşme, geçim problemi, işsizlik vb. birçok etken söz konusudur. Kırdan kente doğru gelen nüfus kentte de istediğı ortamı bulmakta zorlanmıştır (Yüceol 2017, 50). Türkiye’nin bu durumlar karşısında üretim gerçekleştirememesi ve istihdam yaratamayan bir ekonomiyle karşı karşıya kalması sonucunda işsizlik oranları ile işgücüne katılım oranları düşük bir ülke konumuna gelmesine neden olmuştur. Türkiye’nin tarihsel süreçte yaşamış olduğı olaylardan ötürü işsizliğe etken olan etmenlerin başında tarım sektöründen sanayi sektörüne geçişte yaşanan uyumsuzluk üzerinedir. Dünya Bankası (DB) Grubunun (2015), Türkiye ile ilgili yayınladığı rapora göre ülkenin işgücü piyasasının yapısı ve genel profili şu şekilde belirtirmiştir:

- Kadınların ve gençlerin işgücüne katılmalarını arttırmanın zor olmasıdır. Türkiye’de mevcut çalışma çağında olan bireylerin yarısı istihdama katılım sağlamamaktadır. İstihdama katılmayan bireylerin çoğunu kadınların oluşturmasıyla birlikte genç nüfusun büyük bir kısmı ne istihdama katılım

sağlamamakta ne de eğitim hayatına devam etmemektedir. İstihdamda olan genç nüfusun kalan kısmı ise genellikle kayıt dışı sektörlerde çalışmaktadır.

- İstihdam yaratmanın önündeki sıkıntılardan bir diğeri, işgücü piyasalarının katı kurallara sahip olmasıdır. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) ülkeleri ile Türkiye arasındaki bağlantıya bakarsak, Türkiye diğer ülkelere göre kıdem tazminatı oldukça yüksek bir ülkedir. Asgari ücretlerin ortalama ücretler içerisindeki oranı da OECD ülkelerine kıyasla yüksektir. Asgari ücretin yüksek olması durumuna aldanılmamalı ülkedeki satın alma gücüne, yoksulluk sınırına bakılmalıdır. Bu kıstaslar değerlendirildiğinde Türkiye'deki asgari ücret miktarının çok da yüksek olmadığı görülmektedir.
- Türkiye'deki işgücü piyasasında istihdam eden genç nüfus daha yüksek bir eğitim ve tecrübeye sahiptir. Ancak çalışma çağındaki nüfus ele alındığında nüfusun yarısından fazlası resmi eğitim süresinden daha az sürede eğitim görmüştür. Bu durum OECD ülkeleri ile karşılaştırıldığında Türkiye oldukça gerilerde kalmaktadır (Apaydın 2018, 169).

Tablo 13. Türkiye ile OECD İstihdam Edilme ve İşsizlik Oranları – 2017

25-34 yaş	İstihdam Edilme Oranları			İşsizlik Oranları		
	Lise Mezunu Olmayan	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Lise Mezunu Olmayan	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu
Türkiye	54	65	75	11,7	11,3	13,1
OECD	60	77	84	14,8	7,8	5,8

Kaynak: Tedmem, *Eğitim Süreçlerinin Çıktıları*, (1 Mart 2019) tarihinde <https://tedmem.org/mem-notlari/degerlendirme/bir-bakista-egitim-2018> 'den alındı.

- İstihdam yaratmanın önündeki engellerden bir diğeri de örgün eğitim de alınan bilgiler ile işgücü piyasasındaki çalışma becerilerinin birbiriyle olan uyumsuzluğudur. Yüksek eğitim görmüş olan bireylerin eğitim görmemiş bireylere göre işsiz kalmasının en büyük etkenlerinden biri de bu uyumsuzluktur. İşletmelerin ihtiyaç duyduğu tecrübelerle sahip olmayan

eğitimi birey işsizlikle karşı karşıya kalmaktadır. Bu duruma ilişkin bilgiler 2015-2018 yıllarına ait veriler Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 14. Eğitim Durumu ve Cinsiyete Göre İşsizlik Oranları – 2015/2018

İşsizler-Yıllar	2015		2016		2017		2018	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Okuma-Yazma Bilmeyen	2,9	11,3	3,2	11,8	3,6	11,2	3,4	11,7
Lise Altı Eğitimi	10,1	10,0	11,0	9,8	10,5	9,6	10,9	9,8
Lise ve Dengi Meslek Okulu	19,3	8,6	20,8	9,6	20,9	9,6	20,4	9,2
Yükseköğretim	16,3	7,6	16,9	8,8	18,4	8,7	17,1	9,1

Kaynak: TK, İşgücü İstatistikleri, (1 Mart 2019) tarihinde <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=102&locale=tr> ‘den alındı.

Tablo 14’de gösterilen verilerde yıllar içerisinde eğitim seviyesinin göstermiş olduğu artış ile işsizliğin arttığını görmekteyiz. Yükseköğretim mezunu gençler için gerekli olan istihdamın oluşturulamaması ve bu gençlerin işletmelerin ihtiyaçları ile uyumlu olmayan bir eğitim donanımına sahip olduğunu veriler bizlere göstermektedir. Bunun yanı sıra okuma yazma bilmeyenler grubu haricindeki diğer gruplarda kadınların işsizlik oranları erkeklerin işsizlik oranlarına göre yüksektir.

2.2.1.1. alışan Kadın Profili

Kadınların alışma hayatında var olması tarihsel süreç içerisinde kırdan kente olan g ile başlamıştır. İşgücü piyasasında çalışmaya başlayan kadınların zamanla işgücü piyasasındaki varlıkları, konumları, durumları ve çalışma biçimleri de değişim göstermiştir. Kadınların yoğun olarak çalıştığı sektör ile ülkenin kalkınması arasında bir ilişki vardır. Gelişmekte olan ülkelerde kadınların işgücü piyasasında sektörel olarak daha çok tarım sektöründe olduğu bilinmektedir. Ancak gelişmiş ülkelerde ise kadınların istihdam gösterdiği sektör hizmet sektörüdür (Berber ve Eser 2008, 2).

Toplumsal yapı içerisinde kendine roller biçen kadın eğitim almaya başlamıştır. Eğitim alan kadın kendi konumunun farkına vararak istihdam piyasasında yer edinmeye başlamaktadır. Ancak istihdamda yer alan kadın için geleneksel rollerden kaçabilmek mümkün olmamıştır. Kadının ev yaşamındaki düzeni oluşturması, koruması ve aileyi bir arada tutması vb. gibi sorumlulukları ile işgücü piyasasındaki sorumlulukları kadını zorlamaya başlamaktadır. Küreselleşme ile beraber esneklik kavramı altında belli dönüşümler gerçekleşmiştir. Bu durum kadınların işgücünde daha fazla zorlanmamaları adına faydalı bir durum olmuştur. Özellikle de çalışma saatleri üzerindeki esneklik kadının geleneksel rollerinden de kopmamasına neden olmuştur (Çolak ve Kılıç 2001 akt: Önder 2013, 43).

Kadınların Türkiye’de işgücüne katılım oranları 2018 verilerine göre %34,2’dir. Ancak bu veriler yetersiz olmakla birlikte kadınların işgücüne katılımları için daha güçlü ve etkili reformlar yapılmalıdır. Günümüzde kadınların işgücü piyasasında daha fazla yer almasına rağmen kadınlar üzerine yapılan araştırmalarda Türkiye’deki kadınların iş hayatında hala cinsiyete dayalı ayrımcılıkla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Türkiye’de çalışan kadınların karşı karşıya kaldıkları sorunlar şunlardır; eğitim, mesleki eğitimde eşitsizlikler, iş arama ve bulma süreci ile birlikte terfi süreci içerisinde karşı karşıya kaldıkları ayrımcılıklar sıkıntılardan bazılarıdır (Palaz 2003, 89). Çalışma hayatında kadınlar, erkeklere göre daha fazla kayıt dışı sektörde çalışmaktadır. Kadınlar emek yoğun olan sektörlerde (konfeksiyon, gıda vb.) istihdam olanağı bulmaktadır. Kayıt dışı çalışan kadınlar sosyal güvenlik haklarından mahrum kalmaktadır.

Tablo 15. Kayıt Dışı İstihdam Oranının Zaman İçindeki Değişimi

Yıllar	Kadın	Erkek	Toplam
2010	58,4	37,2	43,2
2011	57,7	35,6	42,0
2012	54,1	32,7	39,0
2013	52,0	30,3	36,7
2014	45,5	27,7	32,8
2015	44,6	27,2	32,4
2016	42,6	27,1	31,8
2017	42,5	27,1	31,8

Kaynak: Selcen Öztürk, Dilek Başar, *Türkiye’de Kadınların İşgücü Piyasasına Yönelik Tercihleri: Kayıt Dışı Sektör Üzerinde Bir Analiz*, Sosyal Güvenlik Dergisi, C.8, S.2, 2018, s.43.

Tablo 15’i incelediğimizde zaman içerisinde kayıt dışı istihdam oranlarında bir azalma söz konusudur. Ancak en dikkat çekici unsur ise kayıt dışı istihdam oranlarının en büyük oranları ise kadınlar üzerinedir.

Günümüz koşullarında yaşam maliyetinin sürekli artıyor olması, düşük ve orta gelire sahip aile üyelerinde erkek, yaşam maliyetlerine karşı yeterli mücadeleyi vermekte zorlandığı için kadınların işgücü piyasasına katılmasını kaçınılmaz olmuştur. Tek bir gelirle istenilen yaşam seviyesini yaşayamayan ailelerde kadın çalışarak destek sağlamaktadır. Kadınların çalışmasına büyük ölçüde engel olan ev işlerinin artık belli bir ücret karşılığında piyasadan karşılandığı, yiyeceklerin hazırlanmasında zaman tasarrufu sağlayan mutfak araçlarının pazar piyasasında olması, çocuk bakımının kurumlar (kreş, bakımevi vb.) tarafından karşılandığı zamanda kadının çalışması için büyük kolaylık sağlamıştır.

Kadınların istihdamla ilgili sorunları onları kendi işlerini kurmaya yönlendirmiştir. Kendi güvencesini kendisi sağlamak isteyen kadın, işini kurarak çalışma şartlarını kendisi belirleyerek istihdamda var olacaktır. Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerden biri de kendi işinin patronu olmak istemesidir.

2.2.2. Kadın Girişimcilerin Finansal Anlamda Risk Alması

Risk kavramı, literatürde birçok alana ilişkin yorumlanmaktadır. Ancak genel olarak tanımlamak gerekirse, risk, bireyin davranışları veyahut almış olduğu kararlar neticesinde kaybetme durumuyla karşı karşıya kalmasıdır. Alınan riskler bireylerin risk ile ilgili algılarına bağlıdır (Özkalp 2000, 78). Diğer bir tanımlama ise, kaybetme olasılığına rağmen yeni fırsatları değerlendirmek için, belirsizlik ortamında yatırım kararı almak ve stratejik eylemlerde bulunmak olarak tanımlanabilir (Aydınlık 2016, 113).

Girişimcilik için risk kavramı büyük önem taşımaktadır. Çünkü girişimci yeni bir iş kurar ve bu iş için birçok risk üstlenmek durumunda kalır. Girişimci, ekonomik ve politik çevrede tutunmak, verimli ve kârlı olmak, yenilik yapabilmek için risk alması gerekmektedir. Yenilik yaratırken, yeni bir süreç geliştirirken veya yeni bir ürünü piyasaya sürerken her zaman bir miktar kaybetme riski vardır. Bu sadece girişimin riski olarak görülmemeli aynı zamanda finansal riskler de göz önüne alınmalıdır.

Literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde, girişimcinin, girişimcilikte başarılı olabilmesi için risk alabilme özelliğine sahip olabilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla risk almak, girişimcinin doğasında vardır. Kadın girişimciler, işgücü piyasasında her türlü riski göz önüne alarak faaliyetlerini devam ettirmektedir. Kadın girişimcilerin kişisel özelliklerinin arasında en önemlisi, risk alma özelliğidir (Yetim 2002, 85).

Bir iş fikrinin yatırıma dolayısıyla üretime dönüşebilmesi için paranın rolü inkâr edilemez. Parasal açıdan yetersiz olan girişimcilerin başarılı olmaları oldukça zor bir durumdur. Pazarlama ve psikoloji alanındaki çalışmalarda, kadınların, çalışma hayatının getirdiği tehlikelere ve risklere ilişkin algı düzeyleri erkeklere oranla daha yüksek olduğu vurgulanmaktadır (Fidan ve Yılmaz 2006, 2). Ancak kadın girişimciler, iş kurma sürecinde ve sonrasında kurdukları iş ile ilgili konularda risk alma konusunda oldukça tedirgin davranmaktadır. Özellikle risk kavramı, finansal kararlar almakla ve finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik kararlarla ilişkilidir. Kadın girişimciler erkek girişimcilere göre, daha fazla finansal riskten kaçınma tutumu sergilemektedir.

Girişimcilik süreçlerinde kadınların finansal risk almaktan kaçınmaları özgüvenlerini de etkilemektedir. Dolayısıyla finansal risk almamaları özgüvenlerini düşürmektedir (Yetim 2002, 82).

Yapılan bir araştırmada, kadın ve erkek girişimcilerin arasındaki farklılıkları ortaya koymaktadır. Bu çalışmaya göre, kadın girişimcilerin risk toleransları erkeklere göre daha zayıftır. Kadın girişimciler erkek girişimcilere oranla, iş ile ilgili tehlikelerde daha endişeli davranmaktadır. Kadın girişimciler risk detaylarına ilişkin daha ayrıntılı bir bilgiye sahip olmak isterken erkek girişimciler ise yeterli bilgiye sahip olarak bu süreci daha kolay atlatabilmektedir. Kadın girişimciler erkek girişimcilere kıyasla, iş kurma sürecinde çevresinden sosyal destek talebinde bulunmaktadır. İş kurma sürecini atlatan kadın girişimciler, erkek girişimcilerden daha çok başarısız olmaktan kaçınırlar. Erkek girişimciler, işlerine ilişkin daha fazla risk almaya yatkın iken kadın girişimciler ise fazla olan risk oranını daha az bir seviyeye indirmek istemektedir (Shmailan 2016, 3-6).

Kadın girişimciler, finansman temin süreçlerinde de erkek girişimcilerden farklı bir seyir izlemektedir. Kadın girişimciler kuracakları iş için gerekli olan finansmanı daha az sermaye ya da yeterli sermaye ile gerçekleştirirken erkek girişimci hep daha fazla sermaye ile iş kurmaktadır. Kadın girişimciler erkek girişimcilere oranla daha az borca girerek işlerini yürütmektedir. Kadın girişimcilerin erkeklere göre endüstriyel tecrübeye daha az sahip oldukları için ve bununla birlikte girişimcilik eğilimleri erkeklere göre daha az girişimci olma eğiliminde olmalarından kaynaklı bankalar kadın girişimcilere az miktarda sermaye temini sağlamaktadır (Shmailan 2016, 4).

Kadınların işgücü piyasasında erkeklere göre daha düşük ücretle çalışmaları aynı şekilde girişimcilikte de kendini göstermektedir. Kadın girişimciler daha az sermaye ile girişimciliğe adım atmaktadır. Kadın ve erkek girişimciler birbirlerinden farklı finansman yöntemleri tercih ederek girişimlerini sürdürmektedir. Kadın girişimciler, kişisel birikimlerini ve çevreden ödünç alma dış kaynaklara göre daha fazla kullanmaktadır. Kadın girişimciler kuracakları iş için bankalardan kredi talep ettiğinde banka kurumları kadınlardan bir teminat beklemektedir. Kadınlar ise gerekli

teminatı gösterememekten dolayı hem iş kurma sürecinde hem de işlerini büyütmeye aşamasında büyük sıkıntılar yaşamaktadır (Keskin 2017, 70-71).

Kadın girişimciler, girişimcilik faaliyetlerinde finansal risk almayı ne kadar göze alırlarsa kendilerini ekonomik piyasada o kadar güçlendirebilir. Finansal risk almaları ile işletmelerini büyütebilir ve istihdam piyasasındaki konumlarını daha kalıcı hale getirebilirler.

2.2.3. Kadın Girişimcilerin Temel Sorunları, Çözüm Yolları ve Yerel Yönetimin Rolü

Kadın girişimcilerin işletme kurma fikri ile başlayan ve sonrasında birçok sorunla karşı karşıya kaldığı bilinmektedir. Kadın girişimcilerin var olan sorunlar ile ilgili bir mücadele içerisinde oldukları da kaçınılmaz bir gerçektir. Mevcut sorunlar ile mücadele etmekte bireysel ya da kadın girişimciliğine destek veren kurum veya kurumların yardımı ile sorunları en az seviyeye indirmektedir. Çalışma içerisinde kadın girişimcilerin sorunları makro ve mikro boyutta ele alınmış olup değerlendirilmiştir. Ancak bu bölümde kadın girişimcilerin finansal sorunlarına ilişkin değerlendirmeler yapılacaktır.

Kadın girişimcilerin iş kurma sürecinde belli bir sermaye teminine ihtiyacı vardır. İstenilen sermaye temini kişisel birikimleri ya da çevre desteği ile sağlanabileceği gibi çeşitli finansal destek veren kurumlar aracılığı ile de sağlanabilmektedir. Ancak kadın girişimcilerin finansal destek veren kurumlardan kuracağı iş adına kredi temin etmesi için finansal desteği veren kurumların belli koşullarını karşılaması gerekmektedir. Bu koşullardan ilki, kadınlardan alacakları kredi karşılığında bir teminat göstermesi beklenmektedir. Ancak toplumsal yapı içerisinde ve toplumsal rollerin getirdiği değerler ile teminat gösterilebilecek yapıdaki değerlerin (gayrimenkul vb.) genellikle erkeklerin üzerine kayıtlı olmasından ötürü kadınlar gerekli teminatı gösterememektedir (Kurtsan 2019,08/03/2019).

Kadın girişimcilerin finansal destek sağlayan kurumlara yönelik bu sorunları için çözüm yolları üretilmelidir. Günümüzde bu soruna ilişkin bazı bankalar

iyileştirmeler yapmaktadır. Ancak kadın girişimciliğinin günden güne artan değeri ile bu iyileştirmelerin yeterli sayıda olmadığı açıkça görülmektedir. Kadınların gerekli duyduğu kredi faiz oranlarının, kadın girişimciyi fazla etkilemeyecek şekilde iyileştirilmesi ve koşullarının hafifletilmesi bu alandaki sorun için oldukça önemli bir adım olacaktır.

Kadın girişimcilerin finansal sorunlarından bir diğeri ise, finansal kurumlara ait bilgi, deneyimin eksik olmasıdır. Eğer ki girişimciliğe adım atan kadın daha öncesinde mevcut bir işte çalışmıyor ise ve ilk kez iş hayatında girişimcilik aracılığıyla var olacaksa bu kadın için finansal kurumlara ait ciddi bir bilgi eksikliği söz konusudur. Kadınlarda bu bilgi eksikliğine bağlı olarak, işletmelerine dair finansal destek almada ve işletmelerini büyütmeye sorunlar yaşanmaktadır (Öztürk 2016, 7).

Kadınların finansal kurumlara dair bilgi ve becerilerine sahip olabilmesi için kadın girişimciliğine destek sağlayan kurum veya kuruluşlar bu konudaki çalışmalarını arttırmaları ile bu sorunun çözümü için etkili olacaktır. Bu alanda çalışmalar yapan KAGİDER, TOBB vb. kurumlar, finansal destek sağlayan kurumlar ile iş birlikleri yaparak kadın girişimcileri bilgilendirmelidir. KAGİDER ile GB'nin yapmış olduğu kadın girişimcilere yönelik eğitim çalışmaları bu alanda yapılan en başarılı çalışmalardan biri olarak gösterilebilir.

Toplumsal cinsiyet rolleri, kadın girişimcilerin üzerinde oldukça etkili bir olgudur. Kadınlar girişimlerini gerçekleştirmek istediklerinde eğer ki evli ise eşinden, evli değil ise ailesinden ya da çevresinden destek beklemektedir. Bu destek sosyal destekle beraber maddi desteği de beraberinde getirmektedir. Kadın girişimcilerin finansal sorunlarına ilişkin bir diğeri ise bu değerlerdir. Kadınlar kuracakları iş için gerekli olan yatırımı eşinden ya da çevresinden sağlaması ilerleyen süreçte finansal konulara dair sorunlar olduğunda gerekli desteği tekrar göremeyecek olmasının getirdiği çöküş durumudur. Kadın girişimcilerin finansal konularda destek göreceği ya da isteyeceği kurumlar var iken direkt çevresinden bu desteği beklemesi finansal destek veren kurumlara olan algıyı zayıflatmaktadır (İlter 2010, 84).

Kadın girişimciliğinin ülke içerisindeki varlığı ve sürdürülebilirliği için yerel yönetimin uyguladığı stratejiler oldukça önemlidir. Kadın girişimcilerini desteklemek

için yerel yönetimler STK'lar ve meslek odaları vb. kurumlar ile iş birliği içerisinde bulunmaktadır. Aynı zamanda kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmasına engel olabilecek bürokratik kısıtlamalarda da yerel yönetimin payı büyüktür. Yerel yönetimlerin kadınları ekonomiye kazandırması için girişimciliğe teşvik projeleri geliştirmesi gerekmektedir. Sığınma evlerinde olan kadınlar, eğitim desteği görerek ve girişimciliğe teşvik edilmesi yerel yönetimin yapacağı çalışmalardan biri olabilir. Bu çalışma ile sığınma evindeki mevcut kadınların ekonomiye kazandırılması ülke ekonomisi ve kadınların toplumdaki statüsü için oldukça önemli bir çalışma olacaktır. Aynı zamanda kadınların girişimciliğe yönlendirilmesi için eşlerinin bu yönde eğitim alarak kadınları girişimciliğe teşvik etmeleri sağlanabilir (Özkaya 2009, 66).

Yerel yönetimler kadın girişimciliğine yönelik destek projeleri oluşturmalı ve toplumda bu projelerin sürekliliğini sağlamalıdır. Yönetim kadın girişimciliğine dair net bir vizyonu olması bu yöndeki çözüm yolu olacaktır. Kadın girişimcilerine yönelik uygulanacak vergi işlemlerinin kolaylaştırılması ve kadınların girişimciliğe dair teşvik edilmesini sağlayacak eğitimlerin artırılması yerel yönetimin sağlayacağı en büyük olanaklar olacaktır. Başarılı ya da örnek sayılabilecek kadın girişimlerinin topluma basın yayın organları aracılığı ile servis edilmesi de yerel yönetimin kadınları girişimciliğe teşvik etmesini sağlayacak unsurlardan biridir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSMAN KAYNAKLARINA ERİŞİM OLANAKLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Bu bölümde araştırmanın amacı, kapsamı ve sınırları, araştırma boyunca kullanılan yöntemler, araştırmadan elde edilen veriler ve bunların değerlendirilmesi, araştırma ölçeğinin güvenilirlik analizleri, frekans analizi ve faktör analizi ele alınmıştır. Bu çalışmada, kadın girişimcilere uygulanan anketler ile kadın girişimcilerin finansal kaynaklara erişim olanakları ölçülmüştür.

3. 1. Araştırmanın Amacı

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliği önemli bir olgu olmasına rağmen kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmalar sınırlı sayıda gerçekleşmektedir. Kadınların işgücü piyasasında bulunması ve girişimcilik faaliyetlerinde aktif rol almaları ülke ekonomisi için oldukça önemli bir gelişmedir.

Kadınların ekonomik hayatta erkekler ile birlikte yer alabilmesi için kadın girişimciliğine destek veren kurumlar desteklenmeli ve kadınları girişimciliğe teşvik edecek politikalara öncelik verilmelidir. Kadın girişimcilerin sorunları ele alınmalı ve bu yönde çözümleyici projeler oluşturulmalıdır. Kadınların girişimciliğe adım atması ve girişimciliği yürütmesi süreçlerinde en büyük problem finansman kaynaklarına erişimleri üzerine olmuştur.

Bu tez çalışmasının temel amacı, kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişimlerinde nasıl bir davranış sergiledikleri ve finansman kaynaklarına erişebilmek için hangi olanakları değerlendirdiklerini ölçmektir. Yapılan araştırma sonuçlarının, kadın girişimciliği üzerine yapılacak olan benzer çalışmalara da destek olması hedeflenmektedir.

3. 2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

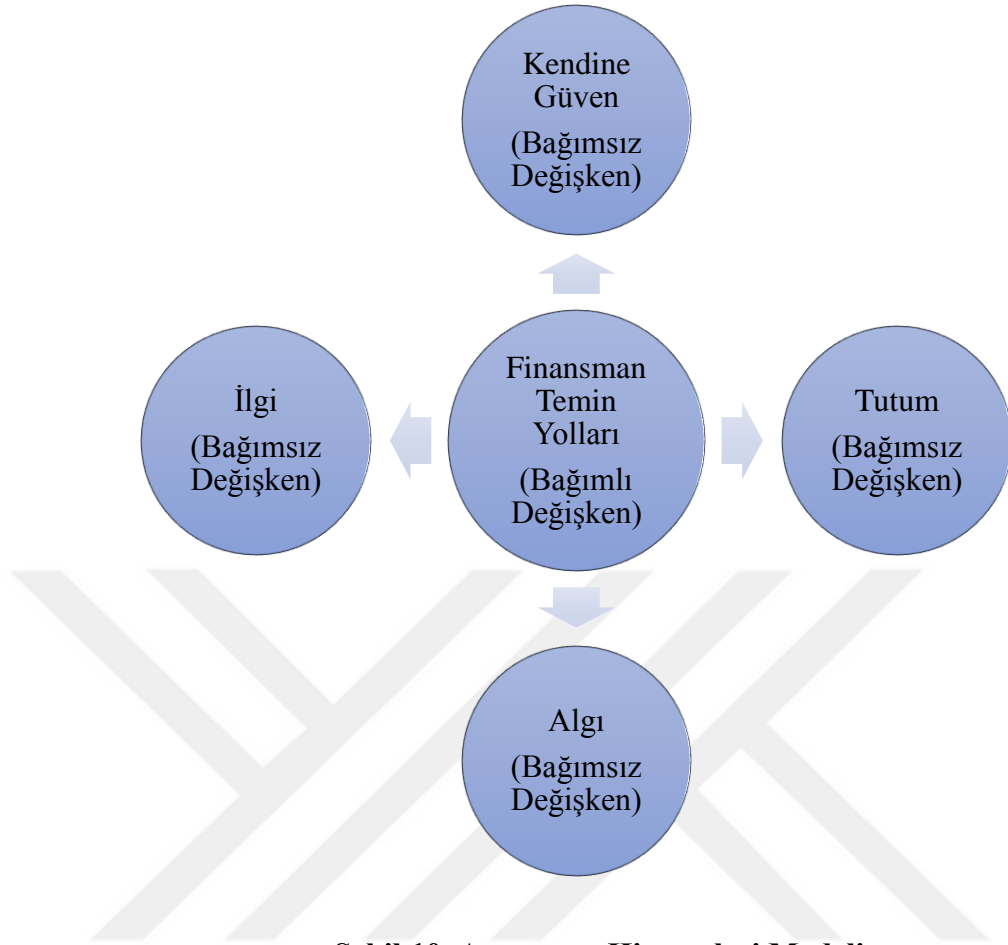
Kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişim olanaklarının ölçüldüğü araştırmada örneklem KAGİDER, TOBB Bursa İl Kadın Girişimciler Kurulu, İzmir

Girişimci Kadınlar Kurulu ve Kocaeli İş Kadınları ve Yöneticileri Derneği bünyesinde bulunan kadın girişimciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma için gerekli olan bilgiler internet yoluyla oluşturulan anket aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Örneklemi oluşturan kadın girişimcilere üye oldukları dernekler, eğitim aldıkları kurumlar üzerinden ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışmada anketler örneklem grubunda yer alan kurumlara gönderilmiş ve geri dönüşler neticesinde toplam 84 kadın girişimci ile anket gerçekleştirilmiştir. Ankete destek sağlayan kurumların farklı şehirlerde olmasından dolayı kadın girişimcilere anketin internet ortamında çevrimiçi (online) uygulanması gerekmiştir. Anketin çevrimiçi uygulanmış olması geri bildirimlerin yüksek olmaması bir kısıt oluşturmuştur. Ankete katılan kadın girişimcilerin yoğun iş programları ve seyahatlerinden ötürü anket yapmaya yönelik zaman sıkıntıları yaşanmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada yapılan anketin cevaplandırılmasında kullanılan ölçekler, geçerlilikleri ve güvenilirlikleri daha önceki çalışmalarda onaylanmış sorulardan oluşmaktadır. Bu çalışmada veri toplama metodu olarak sosyal bilimlerde oldukça yaygın olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anketlerin uygulanabilmesi için profesyonel çevrimiçi yazılım olan Google Docs ve MS Word programları kullanılmıştır. Araştırma için toplam 84 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

Kadın girişimcilerin demografik ve iş yaşamına ilişkin sorular Ahmet Merih Özyılmaz'ın (2016); kadın girişimcilerin kendine olan güvenlerini ölçmek için Rosenberg (1985) tarafından oluşturulan ancak Şerife Erdun'un (2011) derlediği; kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik tutum, algı ve ilgisini ölçmek için Haşmet Sarıgül'ün (2015); girişimciliğin ilk aşamasında finansman türlerinden hangisi/ hangilerini kullanmasına dair soruları kadın girişimciliği çerçevesinde düzenleyerek Ercan İnce'nin (2017) ölçekleri kullanılmıştır.



Şekil 10. Araştırma Hipotezleri Modeli

Hipotez kavramı, araştırmacının araştırma problemindeki değişkenler arasındaki ilişkilerinden beklentilerini ifade etmektedir (Kalaycı 2005, 65). Bu araştırmada, kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişiminde hangi seçenekleri değerlendirdiğine ilişkin amaca ulaşabilmek için aşağıdaki hipotezler test edilmiş ve ilişkiler belirlenmeye çalışılmıştır:

H₁: Kadın girişimcilerin kendine olan güveni ile finansman temin yollarına ulaşma üzerinde bir ilişki vardır.

H₂: Kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algıları ile finansman temin yollarına ulaşma üzerinde bir ilişki vardır.

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak 3 başlık altında toplanan toplam 45 sorudan oluşan anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde kadın girişimcilerin demografik özellikleri ile işletmelerine ilişkin 8 adet soru yer almaktadır. İkinci

bölümde kadın girişimcilerin kendine güven, finansal kaynaklara olan tutum, algı ve ilgilerini ölçmek için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Kadın girişimcilerin kendilerine olan güvenlerini ölçmek için kullanılan ölçek sorularından olumsuz ifade içeren sorular (10, 13, 14, 16 ve 17) ise ters puanlama (1) kesinlikle katılıyorum, (2) katılıyorum, (3) kısmen katılıyorum, (4) katılmıyorum, (5) kesinlikle katılmıyorum seçeneğini temsil etmektedir. Üçüncü bölümde ise kadın girişimciliği ilk aşamasında finansman türlerinden hangisi/hangilerini kullanması konularını ölçmek için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) kısmen katılmıyorum, (4) katılıyorum, (5) kesinlikle katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.

Araştırmadaki anket uygulaması ile örneklem kitleden elde edilen veriler SPSS Statistics 23 paket programıyla analiz edilmiştir. Ankette yer alan birinci bölüm, kadın girişimcilerin demografik ve işletmelerine ilişkin bilgiler frekans analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. İkinci ve Üçüncü bölümde ise kadın girişimciler 5'li Likert ölçeğine göre yanıtlar vermiştir. Elde edilen bulgular frekans analizi, geçerlilik analizi, faktör analizi ve korelasyon analizi tekniğiyle analiz edilmiştir.

3. 4. Araştırmaya Cevap Veren Örneklemelere Ait Temel Karakteristik ve Demografik Veriler

Çalışma kapsamında yapılan araştırmada ankete katılanlara kendine güven, tutum, ilgi, algı ve finans ile ilgili soruların dışında buldukları il, yaş, eğitimleri ve işletmelerine dair sorular da sorulmuştur.

Tablo 16. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İllere Göre Dağılımı

İller	Frekans	Yüzde
İstanbul	31	36,9
İzmir	18	21,4
Kocaeli	14	16,7
Bursa	6	7,1
Ankara	3	3,6
Antalya	3	3,6
Eskişehir	2	2,4
Aydın	1	1,2
Adana	1	1,2
Bartın	1	1,2
Hatay	1	1,2
Manisa	1	1,2
Mersin	1	1,2
Muğla	1	1,2
Toplam	84	100,0

Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin en fazla İstanbul ilinden %36,9 oranla katılım sağlandığı görülmektedir. %21,4 ile İzmir, %16,7 ile Kocaeli ve %7,1 oranıyla Bursa takip etmektedir. Bu oranlara göre diğer illerden sağlanan katılım düşük oranda gerçekleşmiştir. Araştırma kapsamımızı oluşturan KAGİDER'in birçok ilde gerçekleştirdiği faaliyetler neticesinde elde ettiği üyeler sayesinde farklı illerden de katılım sağlanmıştır. Çalışmada örneklemin belirlendiği kurumların olduğu illerde kadın girişimci sayısının daha fazla olduğu görülmektedir. Elde edilen veriler neticesinde, büyükşehirlerde kadınların kendi işlerini kurmaya yönelik daha aktif olduğu söylenebilir.

Tablo 17. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Yaşa Göre Dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde
19 ve altı	-	-
20-29	17	20,2
30-39	47	56,0
40-49	18	21,4
50 ve üzeri	2	2,4
Toplam	84	100,0

Tablo 17’de yer alan bilgilere göre kadın girişimcilerin %20,2’si 20-29 yaş aralığında, %56’sı 30-39 yaş aralığında, %21,4’ü 40-49 yaş aralığında, %2,4’ü ise 50 ve üzeri yaş aralığındadır. Bu tabloda dikkat çeken unsur ise 19 ve altı yaş grubuna ait bir katılım gerçekleşmemiş olmasıdır. Anket verilerine göre 19 ve altı yaş aralığındaki kadınlarda girişim eğiliminin olmadığı gözlemlenmektedir. Elde edilen değerler neticesinde kadın girişimcilerin daha çok orta yaş grubunda yer aldığı söylenebilir. 20-29 ve 30-39 yaş grubundaki kadın girişimcilerin araştırmanın toplam %76,2’sini oluşturmaktadır. Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme programında girişimciliğin daha çok 25-34 yaş arasında ve beraberinde ise 35-44 yaş arasında yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmadaki veriler ile araştırmadaki veriler birbirine paralellik göstermektedir. Ayrıca 50 yaş ve üzerindeki kadın girişimcilerin oranları ise oldukça düşük seviyededir.

Tablo 18. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Medeni Durumuna Göre Dağılımı

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Hiç Evlenmedim	19	22,6
Evli	59	70,2
Boşanmış	6	7,1
Eşim öldü	-	-
Toplam	84	100,0

Tablo 18’de yer alan bilgilere göre kadın girişimcilerin %22,6’sı hiç evlenmemiş, %70,2’si evli, %7,1’i boşanmıştır. Ankete katılım sağlayan kadın girişimcilerden eşi ölen olmamıştır. Evli olan kadın girişimcilerin yüksek bir orana sahip olması dikkat çekici bir unsurdur. Elde edilen veriler neticesinde Türkiye’de olan kadın girişimcilerin Goffee ve Scase (1992) araştırmasındaki geleneksel tip ve evcil tip kadın girişimcileri tipleri örneklem grubunun vermiş olduğu cevapları destekler niteliktedir. Aynı zamanda elde edilen veriler ile kadınların evlendikten sonra da aile bütçesine katkı sağlamak için girişimciliği bir alternatif olarak gördükleri şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 19. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayısı Dağılımı

Çocuk Sayısı	Frekans	Yüzde
1	33	39,3
2	20	23,8
3	1	1,2
4 ve üzeri	-	-
Çocuğum yok	30	35,7
Toplam	84	100,0

Tablo 19’de yer alan bilgilere göre kadın girişimcilerin %39,3’ü 1 çocuk, %23,8’i 2 çocuk, %1,2’si 3 çocuk ve %35,7’si çocuk sahibi değildir. Evli olan kadın girişimcilerin ev işleri ve iş hayatındaki işler arasında denge kurması oldukça güç bir durumdur. Ankete katılan kadın girişimcilerin büyük bir kısmı 1 çocuk sahibi olması bu durumu desteklemektedir. Kadınların ailesine vakit ayırabilmesi ve esnek çalışma saatlerinden dolayı girişimciliği bir alternatif olarak görmekte ve bu yönde iş hayatlarına devam etmektedir. Gelişen sosyal yaşam standartları ile çalışan kadının çocuğuna kreş imkanlarının sağlanması olanağı ise kadın girişimcilerin çocuk yapmalarında bir engel teşkil etmemiştir. Bunun yanı sıra kadınlar işgücü piyasasında daha aktif olmak istemeleri ya da kariyerlerinde daha üst seviyelere gelmek istemelerine bağlı olarak fazla sayıda çocuk yapma taraftarı değildir. Yapılan ankette ulaşılan verilerde kadın girişimcilerin 4 ve üzeri çocuk yapmaması ya da 3 çocuk sahibinin %1,2’lik bir orana sahip olması bu durumu açıklamaktadır.

Tablo 20. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Bir okul bitirmedim	-	-
İlköğretim	-	-
Ortaöğretim	12	14,3
Üniversite	54	64,3
Yüksek Lisans/Doktora	18	21,4
Toplam	84	100,0

Tablo 20’de yer alan bilgilere göre kadın girişimcilerin %14,3’ü ortaöğretim, %64,3’ü üniversite, %21,4’ü yüksek lisans veya doktora mezunudur. Bir okul bitirmeyen ve ilköğretim eğitim seviyesinde kadın girişimci ankete katılım sağlamamış olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak, kadınların bir eğitim sahibi olması ile kendine olan güvenleri arasında bir ilişki vardır. Kadın girişimcilerin girişimci olma özelliklerinden en önemlisi kendine güveni olması, cesaretli olma ve risk alabilmesi üzerinedir. Ancak bir eğitim seviyesinde kendini gösteremeyen kadınların kendi işlerini kurma eyleminde de yeterli cesareti kendilerinde görmemelerinden ya da geleneksel faktörlerin kadın üzerindeki etkisinden dolayı kadınlar girişim faaliyetinde kendisini gösterememiş olabilir. Bunun yanı sıra araştırmaya katılım sağlayan kadın girişimcilerin, girişimcilik üzerine kurulmuş olan kurumlar tarafından araştırmaya katılım sağlaması bu kadın girişimcilerin eğitim düzeylerini de dolaylı yoldan ortaya koymaktadır.

Elde edilen veriler içerisinde üniversite mezunu kadın girişimcilerin fazla olması büyük önem taşımaktadır. Kadınların işgücüne katılımı ile eğitim seviyelerinin yükselmesi arasında bir bağlantı olduğu yapılan çalışmalarda yer almaktadır. Yapılan bir çalışmada kadın girişimcilerin %7,2’sinin ilköğretim, %2,7’sinin ortaöğretim, %21,6’sının lise, %28,8’inin üniversite ve %4,5’inin yüksek lisans ya da doktora mezunu olduğu ortaya konmuştur (Erdun 2011, 63-64). Yapılan başka bir çalışmada kadın girişimcilerin %18,1’i ilköğretim, %34,1’i ortaöğretim, %41,7’si üniversite ve %6’sı yüksek lisans ya da doktora mezunudur. Bu bağlamda yapılan çalışmalarda

kadın girişimcilerin eğitim seviyelerinin bir benzerlik içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Kadın girişimcilerin mikro boyuttaki sorunlarının başında eğitim gelmektedir. Türkiye’de kadın girişimciliğini destekleyen kurumlar eğitim sorununa büyük önem göstererek bu yönde birçok proje geliştirmiş ve geliştirmeye devam etmektedir. Araştırmadaki örneklemimizi oluşturan kurumlardaki kadın girişimcilerin verdiği cevaplar neticesinde eğitim sorununun büyük bir oranda başarılı olduğu görülmektedir.

Tablo 21. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı

Kuruluş Yılları	Frekans	Yüzde
2016	8	9,5
2017	12	14,3
2018	24	28,6
Toplam	84	100,0

Tablo 21’de yer alan bilgilere göre kadın girişimciler işletmelerini %9,5’i 2016 yılında, %14,3’ü 2017 yılında, %28,6’sı 2018 yılında kurmuştur. Elde edilen veriler sonucunda kadın girişimcilerin yıllar içerisinde istihdamdaki oranının artmış olduğunu görmekteyiz. Kadın girişimcilere dair yapılan sosyal ve devlet destekli projelerin, kadınların girişimcilik alanında bilinçlendirilmesi, kadınların aile yaşantısı ile beraber iş yaşantısında da aktif olarak aile bütçesine katkı sağlamak amacıyla kendi işini kurmaya yönelmesi ve mevcut işgücü piyasasında çalışan kadınların kendi işlerini kurarak daha özgür olacağına yönelik düşüncelerden kaynaklı kadın girişimciliğin yıllar içerisinde artmasında etkili olduğu söylenebilir. 2015 ve öncesi yılları genel olarak ele aldığımızda kadınların girişimcilik faaliyetlerinde var olduğunu da araştırmamızda görebilmekteyiz. 2019 yılının ilk çeyreğinde ulaştığımız %8,3’lük kadın girişimci oranı da kadınların girişimcilik faaliyetlerinde mevcut yıllardaki çeyrek oranın üstünde görülmektedir. Bu durum ile kadın girişimciliğinin giderek artan bir faaliyet olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 22. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdiği Sektörlere Göre Dağılımı

Sektörler	Frekans	Yüzde
Hizmet	25	29,8
İnşaat	5	6,0
Sanayi	2	2,4
Tarım	4	4,8
Ticaret	48	57,1
Toplam	84	100,0

Ankete katılım sağlayan kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet gösterdiği sektörlere bakıldığında, %29,8'i hizmet, %6'sı inşaat, %2,4'ü sanayi, %4,8'i tarım ve %57,1'i ticaret sektöründe faaliyetlerini sürdürmektedir. Elde edilen veriler neticesinde ticaret ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimciler toplam katılımın %80,9'unu oluşturmaktadır. Kadın girişimcilerin sektör tercihleri başlığında ele alınan çalışmalar içerisinde Yağcı ve Bener (2005), Soysal (2010) ve Yetim (2002) ait çalışmalarda elde edilen bulgular ile anketimizde elde edilen bulgular birbirine paralellik göstermektedir. Ankete katılım sağlayan kadın girişimcilerin daha çok ticaret ve hizmet sektöründe yer almalarının nedenleri arasında kadınların, aile yaşantıları ile iş yaşantıları arasında bir denge kurması gerektiğidir. Kadın girişimci ticaret yaparak ya da hizmet sektöründe yer alan bir iş girişiminde bulunursa iş ve ailesiyle olan dengeyi diğer sektörlerle oranla daha kolay sağlayabilecektir.

Gelişmiş ülkelerde kadın girişimcilerin daha çok hizmet sektörünü tercih ettiği görülmektedir. Türkiye'de gelişmekte olan ülkeler arasındadır. Yapmış olduğumuz araştırma Türkiye'deki kadın girişimciler üzerine olmasından dolayı kadın girişimcilerin ticaret sektöründen sonra hizmet sektörünü tercih etmeleri de Türkiye'nin gelişmişlik seviyesinde önemli bir rol oynayacaktır. Yapılan çalışma içerisinde en düşük oran ise sanayi sektörüne ait %2,4'lük orandır. Türkiye'de sanayi sektöründe erkek işgücünün daha aktif olduğunu görmekteyiz. Cinsiyet rollerine dayanan bu ayırmadan dolayı kadınları sanayi sektöründe daha az sayıda görmekteyiz.

Aynı zamanda sanayi sektörü yüksek sermayelerin gerektirdiği bir alan olmasından ötürü kadınların riske alamadığı bir sektör olarak görülmektedir.

Tablo 23. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin İşletmelerinde Çalıştırdığı Kişi Sayısı Dağılımı

Çalışan Kişi Sayısı	Frekans	Yüzde
Yalnız kendim çalışıyorum	34	40,5
1-4 kişi	36	42,9
5-9 kişi	9	10,7
10-49 kişi	3	3,6
50 ve üzeri	2	2,4
Toplam	84	100,0

Ankete katılım sağlayan kadın girişimcilerin işletmelerinde çalıştırdığı kişi sayısına yönelik verdikleri cevaplar; %40,5'i yalnız kendim çalışıyorum, %42,9'u 1-4 kişi, %10,7'si 5-9 kişi, %3,6'sı 10-49 kişi, %2,4'ü ise 50 ve üzeri çalışana sahiptir. Elde edilen veriler neticesinde en yüksek değer %42,9'luk oranla 1-4 kişi çalıştıran işletmelerdir. Yalnız kendim çalışıyorum oranı olan %40,5'de bu orana yakındır. Kadın girişimcilerin işletmelerinde çalıştırdığı kişi sayısı ekonomik bütçelerine ve yaptıkları işin sektörüne göre değişim gösterebilmektedir. Kadın girişimcilerin işletmelerinde sadece kendilerinin çalışması çevreden destek görmesiyle de ilişkilidir. Kadın girişimciler kurdukları işlerde personele ödenecek ücreti kendi işi için sermaye olarak kullanmayı tercih etmektedir. Kadın girişimciler için iş kurmanın finansal zorluklarını hafifletmenin bir yöntemi de bu şekildedir. Elde edilen bulgular da en az oran ise %2,4'lük oran ile 50 ve üzeri personel çalıştıran kadın girişimciler olmuştur. 50 ve üzeri personel çalıştıran kuruluşların ise anket sonuçlarında inşaat sektörüne denk geldiği görülmektedir. Kadın girişimcilerin inşaat sektöründe hemcinslerinden ziyade daha çok erkek personel çalıştırdığı da elde edilen bilgiler arasındadır.

3.5.Güvenilirlik Analizi

Çalışmada kullanılan ölçekler daha önce bilimsel araştırmalarda kullanılmış olsa dahi kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri istatistiksel araştırma kapsamında oldukça önemlidir. Güvenilirlik analizi, yapılan çalışmadaki ölçümlerin tekrarlanması neticesinde ortaya çıkan kararlı sonuçtur. Anket çalışmamızda 5'li Likert ölçeği kullanıldığı için içsel tutarlılık ölçümü yapılmaktadır. İçsel tutarlılığı ölçmek için en yaygın olduğu bilinen yöntemlerden biri olan Lee Joseph Cronbach tarafından 1951 yılında geliştirilen Alpha Katsayısı kullanılmaktadır. Cronbach's Alpha katsayısının 0 ile 1 arasında yer alması gerekmektedir. Değer 1'e ne kadar yaklaşır ise o kadar güvenilirliği yüksek olmaktadır. Cronbach's Alpha değeri 0,60-0,80 arası güvenilir, 0,80-1,00 arası ise çok yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Altunışık 2007, 114).

Tablo 24. Cronbach's Alpha Katsayısının Değerlendirilmesi

Cronbach's Alpha	Güvenilirlik
$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Güvenilir Değil
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Düşük Güvenilir
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Oldukça Güvenilir
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Yüksek Güvenilir

Kaynak: Kazım Özdamar, *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi Çok Değişkenli Analizler*, Kaan Kitabevi, Eskişehir, 2004, ss.274.

Çalışmada ilk olarak tüm değişkenlerin ele alındığı genel güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bu analizden sonra her bir ölçek teker teker ele alınarak tekil güvenilirlik analizden geçirilmiştir. Alt ölçekler olan kendine güven, tutum, ilgi, algı ve finansman temin yolları tekil ölçekler olarak güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Çalışmada kullanılan 37 değişkenin Cronbach's Alpha değeri 0,829 bulunmuştur. Bulunan bu değer aşağıda verilmiştir:

Tablo 25. Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı
,829	37

Araştırmada elde edilen 0,829 oranı çalışmanın yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir. Ancak araştırmanın hiçbir şüpheye maruz kalmaması için araştırmadaki tüm ölçekler teker teker incelenerek güvenilirlik analizleri aşağıdaki aşağıda verilmektedir:

Tablo 26. Değişkenlerin Güvenilirlik Analizleri

Değişkenler	Soru Sayısı	Cronbach's Alpha Değerleri
Kendine Güven	10	,675
Tutum	5	,500
İlgi	4	,308
Algı	3	,684
Finansman Temin Yolları	15	,923
Toplam	37	100,0

Değişkenlerin güvenilirlik sonuçlarına göre, kadın girişimcilerin kendine güven için 0,675, tutum için 0,500, ilgi için 0,308, algı için 0,684 ve finansman temin yolları için 0,923 analizi gerçekleştirilmiştir. Tutum değişkeni, Cronbach's Alpha katsayısının değerlendirilmesinde $0,00 \leq 0,500 < 0,60$ aralığında olmasından ötürü ölçek düşük güvenilirliktedir. Ancak ilgi değişkeni $0,00 \leq 0,308 < 0,40$ aralığında olmasından ötürü ölçek güvenilir değildir.

Güvenilirlik analizinde çıkan değerler neticesinde analizdeki ilgi değişkeni çıkartılarak çalışmaya bu şekilde devam edilmiştir. Tablo 26'da da görüldüğü gibi finansman temin yollarına ilişkin güvenilirlik en yüksek orana sahiptir. Bu duruma ilişkin iki neden ortaya koyulabilir. Bunlardan birincisi anketi yanıtlayan kadın girişimcilerin aynı yönde ve benzer cevaplar vermiş olmaları diğer neden ise, finansman temin yollarına ait ölçeğin daha anlaşılır olması olabilir.

3. 6. Faktör Analizi

Sosyal bilimlerde faktör analizi, elde edilen bulguların kalitesini ve geçerliliğini ortaya koyabilmek için yapılan en önemli analizlerden biridir. Faktör analizinin asıl amacı, anketimizde yer alan soruların nasıl kümelendiği ve bu soruların hangi alt başlıklarda ayrıştığını çözümlenektir. Çalışma sürecinde elde edilen bulguların faktör analizi için uygunluğuna Kaiser Mayer Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett testi karar vermektedir. KMO testinin anlamlı çıkması ile verilerin faktör analizi için uygun olduğu kanaatine varılır. KMO testinin değerleri 0 ile 1 arasında olmalıdır. KMO değerinin 0,600 ve üzeri olması gereklidir (Yaşlıoğlu 2017, 75).

Tablo 27. KMO Geçerlilik Değerleri

Ölçüt	Açıklama
$1.00 \leq KMO \leq 0.90$	Mükemmel
$0.90 \leq KMO \leq 0.80$	Çok iyi
$0.80 \leq KMO \leq 0.70$	İyi
$0.70 \leq KMO \leq 0.60$	Orta
$0.60 \leq KMO \leq 0.50$	Zayıf
$0.50 \leq KMO \leq \dots$	Kabul edilemez

Kaynak: Subhash Sharma, *Applied Multivariate Technique* (1), John Wiley&SonsInc, New York, 1996, ss.116.

SPSS programı içerisinde faktör analizini gerçekleştirirken dikkat edilmesi gereken bir husus vardır. Faktör yükü değerleri örneklem büyüklüğüyle ilişkilidir. Analizi yaparken bu husus dikkate alınarak gerçekleştirilmelidir. Örneklem büyüklüğüne göre olması gereken faktör yükleri aşağıda verilmiştir:

- 0,30 faktör yükü için en az 350 kişilik örneklem
- 0,40 faktör yükü için en az 200 kişilik örneklem
- 0,50 faktör yükü için en az 120 kişilik örneklem
- 0,60 faktör yükü için en az 85 kişilik örneklem
- 0,70 faktör yükü için en az 60 kişilik örneklem (Şencan 2015, 207).

Çalışmadaki örneklem sayısı 84 olduğu için faktör yükü 0,60 olarak belirlenmiş ve sonuçlar bu şekilde elde edilmiştir.

3. 6. 1. Faktör Analizlerinin Değerlendirilmesi

Araştırmada kadın girişimcilerin kendine güven ölçeği, kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik tutum ölçeği, kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algı ölçeği ve kadın girişimcilerin finansman temin yolları ölçeğinin faktör analizleri yapılmıştır.

Tablo 28. Ölçeklerin Faktör Analizi

Faktörler	Cronbach Alfa (α)	KMO	Sig.	Faktör Analizi
Kendine Güven	,675	,659	,000	Uygundur
Tutum	,500	,483	,000	Uygun Değildir
Algı	,684	,665	,000	Uygundur
Finansman Temin Yolları	,923	,872	,000	Uygundur

Tablo 29. Kadın Girişimcilerin Kendine Güven Ölçeğinin Faktör Analizi

KMO Değeri		0,659
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	159,082
	Df	45
	Sig.	,000

Çalışmada yapılan ilk analiz kadın girişimcilerin kendine güven ölçeği üzerine olmuştur. Kendine güven değişkeninin faktör dağılımı sonuçları Tablo 29'da verilmiştir. SPSS programında analiz yapılırken faktör sayısı önceden belirlenmiş olup hiçbir zorlama yapılmamıştır. Kendine güven faktörü kendi içerisinde 3 alt faktöre ayrılmaktadır. Kendine güven ölçeğinin KMO değeri $0,70 \leq 0,659 \leq 0,60$ olmasından dolayı bu değer orta kabul edilebilir bir değerdir.

Tablo 30. Kadın Girişimcilerin Kendine Güven Ölçeğinin Bileşen Matrisi

Kendine Güven	Component		
	1	2	3
Kendime karşı olumlu bir tutum sergilerim	,785		
Genelde kendimle barışık birisiyim	,750		
Başkalarıyla karşılaştırınca değerli bir insan olduğumu düşünürüm			
Fazla gururlanacak bir şeyim yok		,769	
Zaman zaman yararsız biriyim		,668	
Bazen hiç iyi olmuyorum			
Kendime daha fazla saygı duymak isterim			
İşlerimi diğer insanlar kadar iyi yaparım			,767
Birçok iyi özelliğim var			,678
Genelde kendimi başarısız hissederim			,610

Tablo 30’da anlaşılacağı üzere örnek çerçevesinde yer alan kadın girişimcilerin kendilerine olan güven ölçeği 3 faktör etrafında dağılım göstermektedir. Birinci faktörde, “kendime karşı olumlu bir tutum sergilerim” ve “genelde kendimle barışık birisiyim”, ikinci faktörde, “fazla gururlanacak bir şeyim yok” ve “zaman zaman yararsız biriyim”, üçüncü faktörde ise “işlerimi diğer insanlar kadar iyi yaparım”, “birçok iyi özelliğim var” ve “genelde kendimi başarısız hissederim” gösteren maddeler yer almıştır. Çalışmadaki örneklem sayısına uygun olarak 0,60 olarak belirlenen faktör yükünden dolayı “başkalarıyla karşılaştırınca değerli bir insan olduğumu düşünürüm”, “bazen hiç iyi olmuyorum” ve “kendime daha fazla saygı duymak isterim” değişkenlerine dair bir dağılım gözlenmemiştir.

Tablo 31. Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynaklara Ulaşmaya Yönelik Tutum Ölçeğinin Faktör Analizi

KMO Değeri		0,483
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	53,640
	Df	10
	Sig.	,000

Çalışmada yapılan analiz sonucunda kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik tutum ölçeğine ait KMO değeri $0,50 \leq 0,483 \leq \dots$ olduğundan tutum değişkeni kabul edilemez düzeydedir. Bundan dolayı ilerleyen analiz süreçlerinde tutum değişkenine yer verilmeyecektir.

Tablo 32. Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynaklara Ulaşmaya Yönelik Algı Ölçeğinin Faktör Analizi

KMO Değeri		0,665
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	42,463
	Df	3
	Sig.	,000

Çalışmadaki diğer bir üst faktör kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algı ölçeğidir. Bu faktörde kendi içerisinde 1 alt faktöre ayrılmıştır. Bu 1 faktör toplam varyansın %62,2'sini açıklamaktadır. Bu ölçeğin KMO değeri $0,70 \leq 0,665 \leq 0,60$ olduğundan algı değişkeni orta kabul edilebilir bir değerdir.

Tablo 33. Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynaklara Ulaşmaya Yönelik Algı Ölçeğinin Bileşen Matrisi

Algı	Component
	1
Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz	,816
Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için gereklidir	,791
Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama planı yapmak gereksizdir	,760

Tablo 33'den de anlaşılacağı üzere örnek çerçevesinde yer alan kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algı ölçeği 1 faktör etrafında dağılım göstermektedir. Bu faktörde “Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz”, “Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için gereklidir” ve “Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama planı yapmak gereksizdir” gösteren maddeler yer almıştır.

Tablo 34. Kadın Girişimcilerin Finansman Temin Yolları Ölçeğinin Faktör Analizi

KMO Değeri		0,871
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	891,057
	df	105
	Sig.	,000

Çalışmadaki son analiz ise kadın girişimcilerin finansman temin yolları ölçeği üzerine olmuştur. Finansman temin yolları değişkeninin faktör dağılımı sonuçları Tablo 34'de verilmiştir. Finansman temin yolları ölçeği kendi içerisinde 3 alt faktöre ayrılmaktadır. Bu 3 faktör toplam varyansın %70,4'ünü açıklamaktadır. Finansman temin yolları ölçeğinin KMO değeri $0,90 \leq 0,871 \leq 0,80$ olduğundan finansman temin yolları değişkeni çok iyi bir değerdir.

Tablo 35. Kadın Girişimcilerin Finansman Temin Yolları Ölçeğinin Bileşen Matrisi

Finansman Temin Yolları	Component		
	1	2	3
TOBB (Bursa Kadın Girişimciler Kurulu)	,880		
İŞKUR	,836		
STK'ler ve Kadın Örgütleri (KAGİDER)	,791		
Esnaf ve Sanatkârlar Kefalet Kooperatifi (TESKOMB)	,772		
KOSGEB	,769		
Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK)		,787	
TSKB		,757	
Özel Bankalar		,750	
DB		,740	
Kamu Bankaları		,696	
Kredi Garanti Fonu (Leasing vb.)		,739	
Melek Yatırımcı			
Kendi Kaynaklarım			,774
Akrabalarım			,722
Arkadaşlarım			,626

Tablo 35'den de anlaşılacağı üzere örnek çerçevesinde yer alan kadın girişimcilerin finansman temin yolları ölçeği 3 faktör etrafında dağılım göstermektedir. Birinci faktör "TOBB", "İŞKUR", "KAGİDER", "KOSGEB" ve "TESKOMB" yer almıştır. İkinci faktörde, "TKDK", "Türkiye Sınai Kalkınma Bankası", "Özel Bankalar", "Kamu Bankaları", "Dünya Bankası" ve "Kredi Garanti Fonu" yer almaktadır. Son faktörde ise, "kendi kaynaklarım", "akrabalarım" ve "arkadaşlarım" gösteren maddeler yer almıştır. Analiz sonucunda "melek yatırımcı" değişkenine ait bir veri dağılımı görülmemektedir. Bunun temel nedeni, örneklem sayısına uygun olarak belirlenen faktör yüküdür. Faktör yükü 0,60'ın altında bir değer aldığı anda (0,30 faktör yükü ele alındığında 0,568 değeri elde edilmektedir) melek

yatırımcı değişkenine de veri dağılımı olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin finansman temin yolları ölçeğinin bileşen matrisine ait değerler ele alındığında; birinci dağılımda, kadınların girişimcilik süreçlerinde ihtiyaç duydukları finansman teminini daha çok girişimcilik eğitimi veren, mentorlük sağlayan, danışmanlık yapan ve girişimciye finansman temin sürecinde yol gösteren kurumlar karşımıza çıkmaktadır. Kadınların iş kurma ve sonrasındaki süreçte kadın girişimciliğine destek veren kurum ve kuruluşlardan destek alması girişimciliğin geçici bir süreç olmasından öte kalıcı bir faaliyet alanı olduğunu göstermektedir. İkinci dağılımda, kadınlar girişimleri için bir kurum ya da kuruluşların desteğinin yanı sıra direkt olarak gerekli olan finansman teminini sağlayabileceği bankalara yönelmektedir. Üçüncü dağılımda ise kadınlar kuracakları iş için kendi birikimini ya da çevresinden destek alarak işini kurmayı tercih etmektedir.

3.7.Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin çalışılmasında kullanılan istatistiksel bir tekniktir (Baykul ve Güzeller 2014, 573). Korelasyon katsayısı “r” ile gösterilmektedir. Karşılıklı ilişkiyi gösteren korelasyon, sebep sonuç ilişkisini göstermediği için, bir bağımlı ve bir bağımsız değişken arasında aranlabildiği gibi birden fazla değişken arasında da aranabilir. Korelasyon katsayısı, -1 ile +1 arasındaki bir değeri ifade etmektedir. Değerler +1’e yakın ise, iki değişken arasında pozitif ilişkinin güçlü olduğu ifade edilir. Değerler -1’e yakın ise, iki değişken arasında negatif ilişkinin güçlü olduğu ifade edilmektedir (Bozkurt ve Erdurur 2013, 70). Literatürde sıklıkla bahsedilen korelasyona dair sınır değerler ise aşağıda verilmiştir:

- 0,00 – 0,25 arası “çok zayıf” ilişki
- 0,26 – 0,49 arası “zayıf” ilişki
- 0,50 – 0,69 arası “orta” ilişki
- 0,70 – 0,89 arası “yüksek” ilişki
- 0,90 – 1,00 arası “çok yüksek” ilişki (Ünal 1996, 171)

Tablo 36. Değişkenlere Ait Korelasyon Analizi

	Finansman Temin Yolları	Kendine Güven	Algı
Finansman Temin Yolları	1	,080	,025
	84	84	84
Kendine Güven	,080	1	-,157
	84	84	84
Algı	,025	-,157	1
	84	84	84

Araştırmada kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik kendine güven, algı ve finansman temin yolları ölçeklerine ait değişkenlerin güvenilirlik analizleri test edildikten sonra her bir faktöre yüklenen değişkenlerin ortalamaları alınmıştır. Faktörler arasındaki bire bir ilişkileri inceleyen korelasyon analizi kapsamında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Korelasyon analizinde, kadın girişimcilerin kendine güvenleri ile finansman temin yolları değişkenleri arasında ,080'lik bir oran olduğu görülmektedir. Bu oran sınır değerler listesinde çok zayıf ilişki anlamına gelmektedir. Dolayısıyla kadın girişimcilerin kendine olan güvenleri ile finansman temin yollarından hangisi ya da hangilerini kullanmasına yönelik ilişkide çok zayıf düzeyde etkili olmaktadır. Kadınların kendine olan güvenleri girişim faaliyetlerinde ilk adım olarak önemli bir husus olmuş olmasına rağmen aynı önem kadınların finansman sürecinde görülmemektedir.

Korelasyon analizinde kadın girişimcilerin kendine güvenleri ile finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algı değişkenleri arasında, -157'lik bir oran olduğu görülmektedir. Bu oran sınır değerler listesinde çok zayıf ilişki anlamına gelmektedir. Ancak Tablo 36'da dikkat çeken husus bu değerlerin negatif olmasıdır. Böylece kendine güven ile algı faktörü arasında negatif yönlü çok zayıf bir ilişki olduğu söylenebilir. Dolayısıyla kadın girişimcilerde kendine güven faktöründe bir artış varken finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algılarında bir düşüş görülmektedir.

Korelasyon analizinde kadın girişimcilerin finansman temin yolları değişkeni ile finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algılarının arasında ,025’lik bir oran vardır. Bu oran iki değişken arasında çok zayıf bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algılarının finansman temin yollarında çok zayıf düzeyde etkili olduğu görülmektedir. Kadınların girişim alanındaki takip ettiği adımlarda algılarını etkileyen birçok etmen vardır. Bu etmenler arasında geleneksel değerler, çevresel baskı veya yeteri kadar bilgi beceriye sahip olmama yer almaktadır. Yapılan bir çalışmada, kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik destek göreceği kurum ya da kuruluşlar var olmasına rağmen bu tercihlerin aksine direkt çevresinden bu desteği talep etmesi sonucunda kadın girişimlerin finansal destek veren kurum ya da kuruluşlara olan algısını zayıflatmaktadır (İlter 2010, 84). Bu çalışmadaki elde edilen veriler ile analizde elde edilen değerler de birbiriyle uyum görülmektedir.

Tablo 37. Araştırma Hipotezleri Kabul Çizelgesi

Hipotezler		Sonuç
H1:	Kadın girişimcilerin kendine olan güveni ile finansman temin yollarına ulaşma üzerinde bir ilişki vardır.	Desteklendi
H2:	Kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algıları ile finansman temin yollarına ulaşma üzerinde bir ilişki vardır.	Desteklendi

Yapılan korelasyon analizi sonucunda araştırmadaki hipotezler ele alınıp değerlendirildiğinde elde edilen sonuçlar Tablo 37’de gösterilmiştir.

SONUÇ

Girişimcilik, her dönemde toplumun ekonomik, sosyal, iktisadi vb. birçok alanında önemli ölçüde katkı sağlayan bir faaliyet alanı olmuştur. Girişimcilik, üzerine yapılan çalışmaların her birinde farklı şekillerde çalışılmış olsa dahi girişimciliğin temel unsurunun birey faktörü olduğu değiştirilemez bir gerçektir. Bireyler yaşadıkları toplumların yapısını ve kişisel karakteristik özelliklerini göz önüne alarak girişimlerini gerçekleştirmektedir. Birbirinden farklı toplumlarda yaşayan bireyler de farklı girişim faaliyetlerini gerçekleştirmesiyle girişimcilik sektörünü çeşitlendirmektedir.

Türkiye’de zaman içerisinde girişimciliğin önem kazanması bu alana olan talebi arttırmıştır. Ancak toplumun birçok alanında olduğu gibi girişimcilik alanında da cinsiyet faktörü karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyet faktörü toplumda kadına ve erkeğe farklı roller yüklemektedir. Girişimcilik alanında erkeklerin daha aktif olması ve cinsiyet ayrımcılığına dayanan sebeplerden ötürü kadın girişimciliğinin çalışma konusu olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ülke ekonomisi ve toplumsal yapı normları için kadın girişimciliğinin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmaların çeşitlenmesi ile kadın girişimciliğinin ilerleyen süreçte değer kazanması önemli bir husus olmuştur.

Türkiye’de kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişim olanaklarının incelendiği bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlar neticesinde kadınlar, girişimciler, bu alanda çalışma yapan bireyler için oldukça anlamlıdır. Kadınların, iş hayatlarında varlıklarını kabul ettirmeleri uzun bir süre almıştır. Bu zorlu süreç sonucunda kadınlar, zaman içerisinde istihdamda varlıklarını kabul ettirmişlerdir. Kadınların istihdama katılma oranları ile erkeklerin istihdama katılma oranlarında hala daha ciddi farklar olsa dahi, kadınlara yönelik yapılacak çalışmalar ile gelecekte bu farkın daha da azalacağı çalışmalarda belirtilmektedir.

İşgücü piyasasında bulunan kadınların iş hayatlarında yaşadıkları sorunlar, kadınları girişimciliğe yönlendirmiştir. Çeşitli işlerde çalışan kadınların çalıştıkları kurum ya da kurumlarda mevcut pozisyonlarından her an ayrılabilceği tedirginliği ve bununla beraber gelen birçok etken kadınları girişimciliğe yönlendirmiştir. Kendi işlerini kuran kadınlar, işlerinin patronu olarak kendilerini görmeye başlamıştır.

Türkiye’de kadın girişimciliğinin verimli ve sürdürülebilir bir alan olabildiğini sağlamak için kadınlara destek veren birçok kurum ortaya çıkmıştır. Bu kurumlardan bazıları kadınlara girişimcilik üzerine danışmanlık hizmeti verirken bazıları ise girişimcinin finans desteğini sağlamaktadır. Bu tür kurumlar sayesinde birçok kadın girişimcilik sektöründe yer almaktadır. Kadın girişimciliğine destek veren kurumlar bir kısmı devlet destekli iken bir kısmı ise özel kurumlar tarafından oluşturulmaktadır. Ancak ortak bir amaç vardır, o da ülkedeki kadın girişimci potansiyelini arttırmaktır.

Türkiye’de kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişim olanaklarının incelendiği bu araştırmada, kadın girişimciliğine destek sağlayan kurumlarda kayıtlı olan kadın girişimcilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda anket gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen demografik bilgiler neticesinde, kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğu İstanbul, İzmir, Bursa ve Kocaeli gibi büyükşehirlerden katılım sağlamaktadır. Bunun nedeni ise örneklem kitlesinin bu bölgelerden oluşmasıdır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğunluğunu orta yaş grubundaki kadınlar oluşturmaktadır. 19 yaş ve altı kadın girişimci çalışmamızda yer almamaktadır. Türkiye’de kadın girişimcilerin genel olarak yaş ortalamasının 25-34 yaş aralığında olduğu araştırmalarda elde edilmektedir. Girişimciliğin 19 yaş ve altındaki bireylerde gerçekleştirilmesi için girişimcilik eğitiminin okullarda ders olarak müfredatlar da verilmesi, eğitim kurumlarının girişimcilik alanında projeler sunması ve girişimciliği bir amaç haline getirmesi bu alandaki ihtiyacı karşılayacaktır.

Araştırmada, kadın girişimcilerin medeni durumlarına ilişkin bilgilerde kadın girişimcilerin girişimcilik tiplerinden geleneksel ve evcil tip kategorisinde yer aldığını görmekteyiz. Ancak sonuçlarda dikkat çeken unsur ise, eşi ölen kadınların girişimcilik alanında bir faaliyette bulunmaması üzerine olmuştur. Bu durumun çok farklı sebepleri olmakla birlikte toplumun eşi ölen bir kadına olan bakışı, yetersiz sermaye, risk alamama ve yeterli cesaretin olmaması gibi nedenlerden ötürü kadınlar bu alana yönelememektedir. Bu konuda kadınları motive edecek, bilinçlendirecek ve yeterli sermayeyi sağlayacak projeler oluşturulmalıdır. Yeterli sermayesi olmayan kadın için evden destekli girişimlerin teşvik edilmesi ya da kadının aile bireylerinin eğitilmesi ile kadının toplumsal bakış açısının değiştirilmesi sağlanabilir. Eşi ölmüş olan kadınlara

diğer kadınlara oranla biraz daha destek olunması durumunda işgücü piyasasına katılmaları desteklenmelidir.

Araştırmadaki kadın girişimcilerin çocuk sayısındaki verilere baktığımızda, 1 çocuk sahibi olanlar ile çocuk sahibi olmayanlar arasında çok düşük bir fark vardır. İş yaşamında çalışan kadın için çocuk olgusu her zaman problem yaratmıştır. Çünkü kadın, hane ve iş yaşamı arasında bir denge sağlamak durumunda kalmaktadır. Bu dengeyi sağlayamayan kadınlar ise iş yaşamından mahrum kalmıştır. Ancak kadın girişimciler kendi işlerini yapmalarından ötürü esnek çalışma saatleri sayesinde ailesi ile işi arasında bir düzen sağlayabilmektedir. 4 ve üzeri çocuk sayısının kadın girişimcilerde olmadığı görülmektedir. Kadın girişimcilerini destekleyen kurum ya da kuruluşların fazla çocuk sahibi olan kadınları girişimciliğe yönlendirmek adına teşvik edici, kadınların yükünü hafifleten ve işgücü piyasasında onları heveslendiren projeler yapması gerekmektedir.

Araştırma sonuçlarında kadın girişimcilerin çoğunluğunun üniversite mezunu olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla eğitim seviyesinin artması ile kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunması doğru orantılı gerçekleşmiştir. Bir okul bitirmemiş ya da ilköğretim seviyesindeki kadınların ise öncelikli olarak eğitime dahil edilmesi ile girişimciliğe yönlendirilmesi gerekmektedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş sektörlerinde ticaret ve hizmet sektöründe yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Erkek işgücünün daha fazla olduğu sanayi, imalat, inşaat sektörlerinde ise kadın girişimcilerin oranı oldukça azdır. Oysa bu alanda birçok iş kolu mevcuttur ve büyüme potansiyeli oldukça yüksektir. Bu alanda kadınların aktif olmasını sağlamak amacıyla farkındalık yaratılmalıdır. Türkiye’de endüstriye hizmet edebilecek düzeyde çok iyi eğitim almış kadınlar bulunmakla birlikte bunların değerlendirilmesi gerekmektedir.

Araştırma kapsamında değişkenlerin frekans, güvenilirlik, faktör analizi ve korelasyon analizi titizlikle uygulanmış ve kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişim olanaklarına dair önemli bulgular elde edilmiştir. Değişkenlerimiz olan kendine güven, algı, tutum, ilgi ve finansman temin yolları güvenilirlik analizi sonuçlarında kendine güven, algı ve finansman temin yolları değişkenleri güvenilirlik analizlerinde istenilen değerde çıkmıştır. Ancak tutum, ilgi değişkenleri örneklem

yeterli sayıda olmamasından ötürü güvenilir çıkmamıştır. Faktör analizinde ise, kendine güven faktörü, 3 alt boyut etrafında dağılım göstermektedir. Algı faktörü, tek faktör etrafında dağılım göstermektedir. Finansman temin yolları faktörü ise, 3 faktör etrafında dağılım göstermektedir.

Araştırmada yapılan korelasyon analizinde, kadın girişimcilerin kendine güven faktörü ile finansman temin yolları faktörünün birbiriyle çok zayıf ilişki içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Girişimciliğin önemli özelliklerinden biri de kendine güven olgusudur. Ancak girişimci tüm ilgisini ve dikkatini kendine olan güveni üzerinde tutması sonucunda girişimin gerçekleşmesinde gerekli olan diğer faaliyetlerin aksamasına ya da gerçekleşmemesine yol açacağını bilmelidir. Girişimci kendine olan güvenini girişim faaliyetlerini gerçekleştirme aşamasında dengeli bir seviyede gerçekleştirir ise faaliyete geçirilmesi istenilen iş için daha başarılı bir sonuca ulaşılabilecektir. Bu süreçte kendine güvenini gerekli seviyede tutabilen kadın girişimci, işletmesi için gerekli finansmanı hangi yöntemler üzerinden temin edebileceğini araştırma ve finansmana ulaşma konusunda daha başarılı olabilecektir.

Araştırmadaki korelasyon analizinde kadın girişimcilerin kendine güvenleri ile finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algıları arasında negatif çok zayıf ilişki tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin algılarında eğitimin, toplumsal yaşamın etkisi önemli bir yer teşkil etmektedir. Kadın girişimcilerin kendilerine olan güvenlerinin yüksek olması finansal kaynaklara olan algılarında tam tersi bir seyir izlemektedir. Kadın girişimcilerin finansal kaynaklara olan algılarını etkileyen unsurlar kadın girişimcilerin işletmelerini geliştirmesinde ve büyütmesinde de sıkıntılar yaşanmasına neden olmaktadır. Kadınların kendine güven duyması işletme kurmasında önemli bir adım iken finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algıları nedeniyle bu konuda var olan alternatifleri yeterli düzeyde değerlendirememekte olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Korelasyon analizinde kadın girişimcilerin finansman temin yolları değişkeni ile finansal kaynaklara ulaşmaya yönelik algılarının arasında çok zayıf bir ilişki vardır. Kadınların girişimlerini gerçekleştirme süreçlerinde en önemli aşamalardan biri de sermaye teminin sağlanmasıdır. Kadın girişimciler işletmeleri için gerekli olan finansman teminleri hakkında yeterli bilgi ve donanıma sahip olmaması finansman kaynaklarına ulaşmaya yönelik algılarını da değiştirmektedir. Bu sürecin daha verimli

geçebilmesi için girişimciliği destekleyen kurumlar tarafından verilen girişimcilik eğitimlerinde finans temininde gerekli olan bilgilerin girişimci adayları ile paylaşılması gerekmektedir. Böylece girişimciler finansla ilgili gerekli bilgiye sahip olacaktır.

Bu çalışmada Türkiye’de kadın girişimcilerin finansal kaynaklara erişim olanaklarının analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilmiştir ve bundan sonraki çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur. Kadınların girişimci olmasına yönelik destek veren kurumların sayısının çoğaltılması gerekmektedir. Girişimciyi finansal kaynaklara ulaşması konusunda bilinçli hale getirebilmek için özel ya da kamu kurumlarının ve bankaların bilgilendirme projeleri gerçekleştirmesi gereklidir. Çocuk sayısı fazla olan kadınların girişimciliğe teşvik edilmesi için devlet ve özel kurumların iş birliği yaparak kadınların iş yaşamına entegre olmasını sağlaması gereklidir. Kadın girişimcilerin birbiriyle iletişimini güçlendirmek için internet ortamında platformların oluşturulması da fayda sağlayacaktır. Gelişmiş ülkelerdeki girişimcilik düzenlemeleri örnek alınarak kadın girişimciliğinde farklı projeler oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2010), **İnsan Sermayesi Kaynakları Açısından Girişimci Özellikleri (Anadolu Girişimcileri Üzerine Bir Araştırma)**, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, S. 26.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2007), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (5)**, Sakarya Yayıncılık, İstanbul.
- Apaydın, F. (2018), **Türkiye’de İşsizliğin Karakteristiklerinin Karşılaştırmalı Analizi**, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, C. 1, S. 30.
- Ar, N. D. (2018), **Türkiye’de Kadın Girişimcilere Uygulanan Teşvik Sistemi ve Yarattığı Ekonomik Değerler (2000-2015)**, YLT, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- Arslan, İ. K., Toksoy, D. (2017), **Türkiye’de Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, İTÜ, Girişimcilik Dergisi, C. 1, S. 1.
- Ataei, N. (2014), **İş Hayatında Huzurlu ve Başarılı Olmanın Yolları (1)**, Demavend Yayınları, İstanbul.
- Aydınlık, A. Ü. (2016), **Girişimcilik (1)**, Beta Yayıncılık.
- Aytaç, Ö., İlhan, s. (2007), **Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif**, Fırat Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Dergisi, S.18.
- Aytekin, H. (2009), **Girişimsel Alandaki Bilgiyi Etkileyen Unsurlar**, Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi, C. 4, S. 16.

Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, **Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008-2013**, Ankara, 2013.

Baykul, Y. Güzeller, C. O. (2014), **Sosyal Bilimler İçin İstatistik SPSS Uygulamalı** (2), Pegem Akademi, Ankara.

Berber, M., Eser, B. Y. (2008), **Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz, İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları** Dergisi, C. 10, S. 2.

Bozkurt, Ö., Erdurur, K. (2013), **Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma**, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, C. 8, S. 2.

Can, Y., Karataş, A. (2007), **Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği**, Selçuk Üniversitesi, Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı.

Cansız, M. (2008), **Türkiye’de Kobiler ve KOSGEB**, DPT Uzmanlık Tezi, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.

Çobanoğlu, Ş., **Türkiye’de Ekonomi Politikaları -6-**, http://www.merhabahaber.com/author_article_print.php?id=4277, (Erişim Tarihi: 24/11/2018).

ÇSGB, İŞKUR, **Kadın İstihdamının Sektörel Dağılımı (2015)**, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_484715.pdf (Erişim Tarihi: 02/02/2019).

Danışık, Ş. (2001), **Türkiye’deki Girişimci Profili**, Yayımlanmamış YLT, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Ecevit, Y. (1993), **Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar**, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi, Ankara.

- Efe, M. N. (2016), **Girişimcilikte Temel Prensipler** (1), Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Egeli, H. A. (2001), **Dış Ticaret Açısından Sanayileşme Stratejileri ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi**, Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Er, P. H. (2012), **Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter**, YLT, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Erdemir, T. (2018), **Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimciliği Etkileyen Engeller ve Fırsatlar Üzerine Bir Araştırma**, YLT, Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Erdoğan, B. Z. (2008), **Girişimcilik ve Kobiler Teori ve Uygulama**, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Erdun, Ş. (2011), **Kadın Girişimcilerin Risk Alma ve Kendine Güven Özellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği**, YLT, Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Erkan, İ. (2012), **Pazarlama Zekâsı ve Girişimcilik**, YLT, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fidan, F. (2006), Yılmaz, T., **Kadın Girişimciliğine Alternatif Bakış Serüven Mi? Macera Mı?**, Doğu Akdeniz Üniversitesi, II. Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti.
- GB, **Kadın Girişimciler Araştırması**, 2014, https://assetsgaranti.com/assets/pdf/tr/diger/us201_garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf (Erişim Tarihi: 20/02/2019).
- Goffee, R., Scase, R. (1992), **Kadınlar İş Başında “Kadın Girişimcilerin Deneyimleri”** (1), Eti Yayıncılık, İstanbul.
- Güney, S. (2015), **Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular** (1), Siyasal Kitabevi, Ankara.

- Hisrich R., Öztürk, S. A. (1999), **Women Entrepreneurs in a Developing Economy**.
The Journal of Management Development, Vol:18, No:2.
- Hofstede, G. (1984), **Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values**, Newbury Park, Sage Publications.
- İlter, B. (2010), **Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği** (1), Adalet Yayınevi, Ankara.
- KAGİDER, **Kagider Hakkında**, <http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkında>
(Erişim Tarihi: 14/02/2019).
- Kalaycı, Ş. (2005), **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Dağıtım, İstanbul.
- Karadeniz, E. E (2010), **Entrepreneurship in Turkey**, GEM 2010 Turkey Report.
- Karadeniz, E. (2014), **2013 ve 2014 verileriyle Türkiye'de ve Bölgelerde Girişimcilik**, GEM.
- KEDV, **Hakkımızda**, <http://www.kedv.org.tr/hakkımızda/> (Erişim Tarihi: 15/02/2019).
- Keskin, S. (2014), **Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu**, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, C.9, S.1.
- Keskin, S. (2017), **Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar**, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü E-Dergi, C.1, S.1.
- Keten, B. (2011), **Kadın Girişimcilerin Bilgiye Yaklaşımı**, Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kıral, S., Çiftçi, S. ve dğr. (2003), **Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri**, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kölük N., Dilsiz, İ. (2005), **Girişimcilik** (1), Detay Yayıncılık, Ankara.

Kurtsan, M., **Kadın Girişimcilere Kurumsal Destek**, Röportaj, <http://arsiv.ntv.com.tr/news/293623.asp> (Erişim Tarihi: 08/03/2019).

Kutanis, R. Ö. (2006), **Girişimci Kadınlar** (1), Değişim Yayınları, İstanbul.

MEB, **Mesleki Eğitim: Girişimci Fikirler ve İş Kurmak**, Ankara, 2014, https://issuu.com/egityunusbilgin/docs/giri_imci_fikirler_ve_kurma_ecefedf9b37eb8 (Erişim Tarihi: 21/12/2018).

MEKSA, **Hakkımızda**, <http://www.meksa.org.tr/tr/index.php?p=hakkimizda>, (Erişim Tarihi: 19/02/2019).

Naktiyok, A. (2004), **İç Girişimcilik**, Beta Yayınları, İstanbul.

Narin, M., Marşap, A., Gürol, M. A. (2006), **Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma**, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C. 8, S. 1.

Önder, N. (2013), **Türkiye’de Kadın İşgücünün Görünümü**, ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi, C. 1, S. 1.

Özdamar, K. (2004), **Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi Çok Değişkenli Analizler**, Kaan Kitabevi, Eskişehir.

Özkalp, E. (2000), **Kamu ve Özel Sektör Örgütlerinde Risk Kültürü ve Karşılaştırmalı Bir Uygulama**, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi.

Özkaplan, N. (1999), **Ekonomik Yaklaşım; İşgücü Piyasasına Ait Kavramların Sorgulanması**, Ekonomik Yaklaşım Derneği, C. 10, S. 32.

Özkaya, M. O. (2009), **Kadın Girişimcilere Yönelik “Strateji Geliştirmede” Yerel Yönetimlerle İş Birliği İçerisinde Olmak Mümkün Mü?**, Celal Bayar Üniversitesi.

- Öztürk, M. D. (2016), **Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, YLT, İTÜ, İstanbul.
- Öztürk, S., Başar, D. (2018), **Türkiye’de Kadınların İşgücü Piyasasına Yönelik Tercihleri: Kayıt Dışı Sektör Üzerinde Bir Analiz**, Sosyal Güvenlik Dergisi, C. 8, S. 2.
- Özyılmaz, A. M. (2016), **Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma**, YLT, Hacı Bektaş Üniversitesi, Nevşehir.
- Palaz, S. (2003), **Türkiye’de Cinsiyet Ayrımcılığı Analizinde Neoklasik Yaklaşım Kurumcu Yaklaşım: Eşitliği Sağlayıcı Politika Önerileri**, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 6, S. 9.
- Sarıgül, H. (2015), **Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlik ve Güvenirlik**, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, C. 13, S. 1.
- Savrul, B. K., Akyüz, D. (2016), **Türkiye Ekonomisinde Kadın Girişimcilerin Mevcut Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Önerileri**, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, C. 11, S. 1.
- Selin Kıral, Sezgin Çiftçi ve dğr. (2014), **Ankara’da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası**, Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara.
- Sharma, S. **Applied Multivariate Techniques (1)**, John Wiley&SonsInc, New York, 1996.
- Shmailan, A. B. (2016), **Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study**, Journal of Entrepreneurship & Organization Management, 5 (4).
- Soysal, A. (2010), **Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma**,

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,
C. 5 S. 1.

Soysal, A. (2010), **Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme**, Ankara Üniversite, Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, C. 65, S. 1.

Şahin, L. (2011), **Türkiye İşgücü Piyasasının Yapısal Özellikleri ve İşsizlik Sorunu**, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, S. 53.

Şekerler, H. (2006), **Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri**, YLT, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Şencan, H. (2005), **Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Tanrısever, N. H. (2004), **Avrupa Birliğinde Girişimciliğin Teşvik Edilmesi İçin İzlenen Politikalar ve Türkiye’deki Politikaların Avrupa Birliği Uygulamalarına Uyumu**, Uzmanlık Tezi, AB Genel Sekreterliği.

Tatlidil, R., Candemir, A. (1998), **İhracata Yönelik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Pazarlama Eğitiminin Firma Gelişimine Katkısı: İzmir Örneği**, İzmir Ticaret Odası Yayını, S. 50.

TDK,http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5c0534e8233ee2.49130363, (Erişim Tarihi: 22/11/2018).

TDK,http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5cac64ae057178.41737234, (Erişim Tarihi: 27/12/2018).

TEB,<https://www.tebozelyatirimcikulubu.com/tr/blog/detay/2018-kuresel-girisimcilik-raporu>, (Erişim Tarihi: 14/06/2019).

Tedmem, **Eğitim Süreçlerinin Çıktıları**, <https://tedmem.org/mem-notlari/degerlendirme/bir-bakista-egitim-2018> (Erişim Tarihi: 01/03/2019).

- TESK, **Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi Projesi**, <http://www.tesk.org.tr/tr/proje/yurutulen/kadin.php#> (Erişim Tarihi: 18/02/2019).
- Titiz, Y. (2012), **Girişimcilik**, İnkılap Yayınevi, 1994 akt: Er, P. H. (2012), **Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter**, YLT, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- TOBB, **Girişimcilik Müdürlüğü**, <https://mobil.tobb.org.tr/HaberResimleri/5614-10.pdf> den (Erişim Tarihi: 18/02/2019).
- Tosunoğlu, B. T. (2006), **Değer Yaratımında İç Girişimciliğin Değişen Boyutu: Bilgi Girişimcilerinin Rolü**, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, C. 1, S. 1.
- TÜİK, **İstihdam Oranı (2014-2018)**, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=102&locale=tr> (erişim Tarihi: 13/01/2019).
- TÜİK, **İşgücü İstatistikleri**, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=102&locale=tr> (Erişim Tarihi: 1/03/2019).
- TÜİK, **İşgücüne Katılma Oranları (2014-2018)**, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> (Erişim Tarihi: 11/01/2019).
- Ünal, I. (1996), **Eğitim ve Yetiştirme Ekonomisi (1)**, Epar Yayınları, Ankara.
- Yağcı, F., Bener, Ö. (2005), **Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler**, Bilig, S.33.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017), **Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması**, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi, C. 46, S. 1.
- Yetim, N. (2002), **Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği**, Ege Academic, C.2, S.2.

Yüceol, H. M. (2017), **Kentsel İşgücü Piyasalarında Katılım Zorlukları ve Kadın İstihdamı**, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü e-dergi, C. 1, S. 1.



EK-1 ANKET

Değerli katılımcı,

Bu anket, Beykent Üniversitesi İşletme Yönetimi Yüksek Lisans programında sürdürülmekte olan bilimsel bir araştırmaya veri sağlamak üzere hazırlanmış olup; **Türkiye'deki Kadın Girişimcilerin Finansman Kaynaklarına Erişim Olanaklarının Analizini** amaçlamaktadır.

Bu ankete vereceğiniz cevaplar çalışmamızın temel veri kaynağını oluşturacaktır. Bu nedenle anketteki tüm soruların eksiksiz bir şekilde cevaplanması çalışmamızın verimliliği açısından çok önemlidir. Toplanacak tüm veriler gizli tutulacaktır; hiçbir veri paylaşımına açılmayacak ve çalışmamız dışında herhangi bir amaç için kullanılmayacaktır.

Bu anketi doldurarak bilime ve akademik gelişime yapacağınız katkılar için şimdiden teşekkür ederiz.

Araştırma Sorumlusu: Gamze ÖZGÜR gamzemorgill@gmail.com

Araştırma Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Gülay Selvi HANIŞOĞLU
gulayselvi@beykent.edu.tr

A) KADIN GİRİŞİMCİLERİN DEMOGRAFİK ve İŞLETMELERİNE İLİŞKİN BİLGİLER

1- İliniz?

.....

2- Kaç yaşındasınız?

- a) 19 ve altı
- b) 20 – 29
- c) 30 – 39
- d) 40 – 49
- e) 50 ve üzeri

3- Medeni durumunuzu belirtiniz.

- a) Hiç evlenmedim
- b) Evli
- c) Boşanmış
- d) Eşim öldü

4- Eğitim durumunuzu belirtiniz. (Açık öğretim dahil)

- a) Bir okul bitirmedim.
- b) İlköğretim (ilk – orta)
- c) Ortaöğretim (lise – meslek lisesi)
- d) Üniversite (2 ve 4 yıllık)
- e) Yüksek Lisans ve Doktora

5- Çocuğunuz var mı? Varsa kaç çocuğunuz var?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 ve üzeri
- e) Çocuğum yok

6- İşletmenizin kuruluş yılını belirtiniz.

- a) 2015 ve öncesi
- b) 2016
- c) 2017
- d) 2018
- e) 2019

7- İşletmenizin faaliyet gösterdiği sektörü belirtiniz.

.....

8- İşletmeniz bünyesinde kaç kişi çalıştırıyorsunuz?

- a) Yalnız kendim çalışıyorum
- b) 1-4 kişi
- c) 5-9 kişi
- d) 10-49 kişi
- e) 50 ve üzeri kişi

B) KADIN GİRİŞİMCİLERİN KENDİNE GÜVEN, FİNANSAL KAYNAKLARA ULAŞMAYA YÖNELİK TUTUM, ALGI VE DAVRANIŞLARINA İLİŞKİN BİLGİLER

Aşağıdaki sorular, “Kadın Girişimcilerin Kendine Güven” konuları ile ilgilidir. Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz. (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kısmen Katılıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.

Özellikler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5
9-Genelde kendimle barışık birisiyim					
10-Bazen hiç iyi olmuyorum					
11-Birçok iyi özelliğim var					
12-İşlerimi, diğer insanlar kadar iyi yaparım					
13-Fazla gururlanacak bir şeyim yok					
14-Zaman zaman yararsız biriyim					
15-Kendim, başkalarıyla karşılaştırınca değerli bir insan olduğumu düşünürüm					
16-Kendime daha fazla saygı duymak isterim					
17-Genelde kendimi başarısız hissederim					
18-Kendime karşı olumlu bir tutum sergilerim					

Aşağıdaki sorular, “Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynaklara Ulaşmaya Yönelik Tutum, Algı ve İlgi” konuları ile ilgilidir. Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz. (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kısmen Katılıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.

Özellikler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5
19-İşletmemin planlanmamış harcamaları için köşede para bulundururum.					
20-İşletmem için haftalık ve aylık harcama planları yaparım.					
21-Alışveriş yaparken fiyatları kıyaslarım.					
22-Bir şey satın alırken finansal durumumu dikkate alırım.					
23-İşletmemle ilgili konularda sosyal medyayı aktif kullanırım.					
24-Finansal planlama ve bütçe çok parası olanlar için gereklidir.					
25-Günlük ve haftalık gibi kısa dönemler için harcama planı yapmak gereksizdir.					
26-Ne yaparsam yapayım finansal durumumda bir değişiklik olmaz.					
27-Para ile ilgili konular karmaşıktır.					
28-İşletmem için finans konularında eğitim almak isterim.					
29-Gazetelerin ve televizyonların ekonomi ve finans haberlerini izlerim.					
30-İşletmemle ilgili konularda sosyal medyayı yakından takip ederim.					

**C) KADIN GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİĞİN İLK AŞAMASINDA
FİNANSMAN TEMİN YOLLARI**

Aşağıdaki sorular, “Kadın girişimciliğin ilk aşamasında finansman türlerinden hangisi/hangilerini kullanması” konuları ile ilgilidir. Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz. (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kısmen Katılıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.

Finansman Temin Yolları	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5
31-Kendi kaynaklarım					
32-Akrabalarım					
33-Arkadaşlarım					
34-KOSGEB					
35-Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu					
36-İŞKUR					
37-Kredi Garanti Fonu (Leasing vb.)					
38-Esnaf ve Sanatkârlar Kefalet Kooperatifi (TESKOMB)					
39-Kamu Bankaları					
40-Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB Bursa Kadın Girişimciler Kurulu)					
41-Dünya Bankası					
42- Türkiye Sınai Kalkınma Bankası					
43-Melek Yatırımcı					
44-Özel Bankalar					
45-Sivil Toplum Kuruluşları ve Kadın Örgütleri (KAGİDER vb.)					

ÖZGEÇMİŞ

12 Eylül 1992 yılında Rize’de doğan Gamze Özgür, 2007 yılında Şirinköy İlköğretim Okulu’nda ilköğretimini, 2011 yılında Değirmendere Hacı Halit Erkut Lisesi’nde lise eğitimini tamamlamıştır. Beykent Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü’nden 2016 yılında mezun olan Özgür, 2016 yılında Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi Bölümünde yüksek lisans eğitimine başlamıştır.

Gamze ÖZGÜR