

**T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞ KURMA NİYET VE
DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: KARABÜK İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
İmran ÖZDEMİR**

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Ramazan UYGUN**

**Karabük
EKİM/2019**

**T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞ KURMA NİYET VE
DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: KARABÜK İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
İmran ÖZDEMİR**

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Ramazan UYGUN**

Karabük

EKİM/2019

İÇİNDEKİLER





İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	3
DOĞRULUK BEYANI	4
ÖNSÖZ	5
ÖZ.....	6
ABSTRACT.....	7
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	8
ARCHIVE RECORD INFORMATION	9
KISALTMALAR	10
ARAŞTIRMANIN KONUSU	11
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	11
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	11
EVREN VE ÖRNEKLEM	12
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	12
1. BİRİNCİ BÖLÜM	13
GİRİŞİMCİLİK KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ	13
1.1. Girişimcilik Kavramı	13
1.1.1. Girişimci ve Girişimcilik Tanımları	13
1.1.2. Girişimciliğin Önemi	16
1.2. Girişimcilik Niyet Kavramı ve Olgusu	18
1.2.1. Girişimcilikte Niyetin Tanımı	19
1.2.2. Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörler	20
1.2.2.1. Aile	20
1.2.2.2. Eğitim Düzeyi.....	22
1.2.2.3. Yaş.....	23
1.2.2.4. İş Deneyimi.....	24
1.2.2.5. Kişisel Özellikler	24
2. İKİNCİ BÖLÜM.....	25
KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	25
2.1. Kadın Girişimcilik Kavramı	25
2.2. Kadın Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	29

2.3.	Kadın Girişimciliğin Önemi	31
2.4.	Kadın Girişimcilerin Özellikleri	35
2.5.	Kadın Girişimci Profili	40
2.5.1.	Karakteristikleri	41
2.5.2.	İş Kurma Nedenleri	42
2.5.3.	Kadın Girişimcilik Tipleri.....	44
2.6.	Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar	45
2.6.1.	Mikro Sorunlar	46
2.6.2.	Makro Sorunlar	48
2.7.	Kadın Girişimciliğine Yönelik Politikalar ve Destekler	48
2.8.	Dünya’da ve Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Mevcut Durumu	50
2.8.1.	Dünya’da Kadın Girişimcilik	50
2.8.2.	Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Görünümü.....	52
2.9.	Kadın Girişimciler ile İlgili Literatür Taraması.....	54
3.	ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	58
	ARAŞTIRMANIN BULGULARI	58
	SONUÇ	79
	KAYNAKÇA.....	85
	TABLolar LİSTESİ	93
	ŞEKİLLER LİSTESİ	94
	EK 1: ANKET FORMU	95
	ÖZGEÇMİŞ	99

TEZ ONAY SAYFASI

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

İmran ÖZDEMİR'e ait "Kadın Girişimcilerin İş Kurma Niyet ve Davranışlarının İncelenmesi: Karabük İli Örneği" adlı bu tez çalışması Tez Kurulumuz tarafından İşletme Tezli Yüksek Lisans programı tezi olarak oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

	Akademik Unvanı, Adı ve Soyadı	İmzası
Tez Kurulu Başkanı	: Doç. Dr. Ramazan Kahraman UYGUN	
Danışman Üye	: Doç. Dr. Ramazan Kahraman UYGUN	
Üye	: Doç. Dr. Hasan Alp Özel	
Üye	: Dr. Öğr. Üy. Tanju Çolakoğlu	

Tez Sınavı Tarihi: 04.10.2019

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: İmran ÖZDEMİR

İmza : 

ÖNSÖZ

Tez çalışmamı tamamlamamda yardımlarından dolayı saygıdeğer danışmanım Doç. Dr. Ramazan Uygun'a, eğitim hayatımda katkı sağlayan tüm hocalarıma, veri toplama ve tez sürecinde yardımlarıyla destek olan arkadaşlarıma ve değerli aileme tüm kalbimle teşekkür ederim.

ÖZ

Ekonomik kalkınmada ve gelişmede önemli bir rolü olan girişimcilik aynı zamanda pazar ekonomisinin de başarıya ulaşmasında basamak görevi görmektedir. Türkiye’de kadınların, 1990’lı yıllardan başlarından itibaren faal bir şekilde girişimcilik etkinliklerinde bulduklarını görmekteyiz. Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunması ve kadın girişimcilerin teşvik edilmesi hem ekonomik bağımsızlıkları sağlamayı hedeflemekte hem de kadın işgücü katılımını arttırmayı sağlamaktadır.

Kadın bireylerin çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından verilen destekler ile girişimci olmalarının teşvik edilmesi, toplumsal olarak da gelişmeye yönelik bir yatırım olarak görülmektedir. Topluma güçlü, bağımsız ve donanımlı kadınlar kazandırılarak, iktisadi büyümenin pozitif yönde etkilenmesi nedeniyle kadın girişimcilik her geçen yıl daha çok desteklenmektedir. Bu çalışmada Karabük ilindeki kadın girişimcilerin iş kurma niyetleri ve davranışları incelenmiştir. Çalışma ile kadın girişimcileri motive eden unsurları saptamak ve girişimcilik niyeti düşük olan kadın girişimci adaylar için yol gösterici bir araştırma olması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimci, Girişimcilik Niyeti

ABSTRACT

Entrepreneurship, which has an important role in economic development and growth, also serves as a step in the success of the market economy. We see that women's in Turkey have been active in entrepreneurship activities since the beginning of the 1990s. Women's entrepreneurship activities and encouragement of women entrepreneurs aim to achieve economic independence and increase female labor force participation.

Encouraging women to become entrepreneurs with the support of various institutions and organizations is seen as an investment towards social development. Women entrepreneurship is being supported more and more every year due to the fact that economic growth is positively affected by bringing strong, independent and well-equipped women to the society. In this study, the intention and behaviors of female entrepreneurs in Karabük are investigated. The aim of the study is to identify the elements that motivate women entrepreneurs and to be a guiding research for women entrepreneurs with low intention of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneur, Entrepreneurship Intention

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Kadın Girişimcilerin İş Kurma Niyet ve Davranışlarının İncelenmesi: Karabük İli Örneği
Tezin Yazarı	İmran ÖZDEMİR
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Ramazan Uygun
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	04/10/2019
Tezin Alanı	İşletme
Tezin Yeri	KBÜ-SBE
Tezin Sayfa Sayısı	99
Anahtar Kelimeler	Girişimcilik, Kadın Girişimci, Girişimcilik Niyeti

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	Investigation of Women Entrepreneurs' Intention and Behavior: The Case of Karabük Province
Author of the Thesis	İmran ÖZDEMİR
Advisor of the Thesis	Assoc. Prof. Dr. Ramazan Uygun
Status of the Thesis	Master
Date of the Thesis	04/10/2019
Field of the Thesis	Department Of Business
Place of the Thesis	KBU-SBE
Total Page Number	99
Keywords	Entrepreneurship, Women Entrepreneur, Entrepreneurship Intention

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

CAWEE: Kanadalı Kadın Yönetici ve Yatırımcılar Derneği

GEM: Global Entrepreneurship Monitor (Küresel Girişimcilik Monitörü)

KADİGER: Kadın Girişimciler Derneği

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TDK: Türk Dil Kurumu

TEA: Toplam Erken Aşama Girişimcilik Faaliyetleri

TİSK: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜSİAD: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği

VB: Ve benzeri

VD: Ve diğerleri

YY: Yüz Yıl

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Araştırmanın konusu, “Kadın Girişimcilerin İş Kurma Niyet ve Davranışlarının İncelenmesi: Karabük İli Örneği”dir. Bu bağlamda Karabük ilinde bulunan kadın girişimcilerin iş kurma niyetleri ve davranışlarının incelenmesi gerçekleştirilmiştir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Çalışmada girişimci kadınların girişimciliği bir kariyer olarak seçmedeki nedenleri, motive edici unsurları, girişimcilik niyetini oluşturan faktörler gibi unsurlar incelenmiştir. Bu çalışma ile kadın girişimcilerin iş kurma niyetlerini en çok etkileyen faktörler tespit edilmeye çalışılmış ve kadın girişimcilerin iş kurma davranışları saptanmak istenmiştir. Kadın girişimcileri motive eden unsurların belirlenmesi ile girişimcilik niyeti bulunan diğer kadın girişimcilere fikir veren bir araştırma olması amaçlanmıştır.

Ülke ekonomisine, istihdama, üretime, cinsiyet eşitliğine ve bunun gibi pek çok konuya katkısı bulunan kadın girişimcilerin motivasyonları, iş kurma ve girişimcilik niyetleri araştırılarak, kadın girişimci sayısını arttırmak ve niyeti düşük olanları teşvik etmek amaçlanmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada nicel yöntem ile örneklem dahilindeki kadın girişimcilerden literatür içeriğine uyularak oluşturulan anket formu aracılığıyla veriler elde edilmiştir. Veriler 2019 yılının Ocak- Nisan tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmaya dahil edilen kadın girişimcilere anket formu sunulmuş ve gerekli açıklamalar yapılarak yanıtlamaları istenmiştir. Literatürden elde edilen ölçekler Türkçe 'ye çevrilmiş ve pilot çalışmanın sonrasında örnekleme uygulanmıştır. Araştırma Karabük Ticaret ve Sanayi Odasına kaydı bulunan ve sektörün çeşitli bölümlerinde etkinlik gösteren kadın girişimcileri kapsamaktadır. Verilerin analizi SPSS 22 programı kullanılarak elde edilmiştir.

107 kadın girişimci ile uygulanan anket çalışması 6 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik veriler ve iş geçmişine dair sorular, ikinci bölümde girişimcilik tutumları ile ilgili sorular, üçüncü bölümde fırsat tanımlama ve algılama tutumları ile ilgili sorular, dördüncü bölümde fırsat tanımlama ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi ölçen sorular, beşinci bölümde girişimcilik kariyerini tercih etme

nedenlerine dair sorular ve son bölümde işletme kurmaya sevk eden ana sebeplere dair sorular bulunmaktadır. Anket formu Ek 1’de yer almaktadır.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evreninin Türkiye’de bulunan kadın girişimciler, örnekleme ise Karabük Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı kadın girişimciler oluşturmaktadır. Yapılan veri toplama çalışmasına 107 kadın girişimci katılmıştır.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Kadın girişimcilerin ankete katılmayı reddetmeleri veri toplama yönünden karşılaşılan güçlükler arasında en önemlileri arasındadır. Nüfusu az olan Karabük ilinde kadın girişimci sayısı da fazla bulunmamaktadır. Bu sebeplerden kadın girişimcilerden veri elde etmek güçleşmiştir. Bir diğer kısıtlama da, ankete katılan kadın girişimcilerin elde edilen bilgilerin doğruluğudur. Cevaplayıcıların ankette bulunan soruları doğru şekilde anlayıp yanıtlamaları için gereken önem gösterilmiştir. Fakat her bir sorunun dürüstçe yanıtlanmamış olması da muhtemeldir.

1. BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Girişimcilik Kavramı

Toplumsal, finansal, psikolojik ve teknolojik değişimin ve gelişimin temelini oluşturan girişimcilik kavramı uzun bir dönemdir bilinen bir kavram olmakla beraber her geçen sene önemi daha çok artmaktadır. Ekonomik, toplumsal ve kültürel değer yaratan fırsatları algılayarak etkinliğe geçmeyle ilgili olan girişimcilik kavramı ekonomide lokomotif görevi görmektedir.

Girişim (teşebbüs) ve işletme kavramları çoğunlukla eş anlamlı olarak bilinmektedir. Ancak bazı kişiler bu iki kavramı birbirinden ayırarak girişim kavramını geniş bir anlamda ele alırken; işletme kavramını ise daha dar bir anlamda ele almışlardır. Bu anlamda, işletme kavramı ürün veya hizmet üreten işyeri konumundadır; girişim kavramı ise hukuki, iktisadi ve mali bir birim konumundadır. Her girişim bir işletme olarak kabul edilebilir ama her işletme bir girişim değildir. Bir başka ifadeyle girişim (teşebbüs), bir veya birden fazla işletmeye sahip olabilen bir kuruluştur. Örneğin, Türkiye Şeker Fabrikaları Anonim Şirketi birçok işletmesi olan bir girişim; Alpullu Şeker Fabrikası ise bir işletmedir (Sipahi, 1997).

1.1.1. Girişimci ve Girişimcilik Tanımları

Girişimci kavramı günümüze değin farklı şekillerde tanımlanmış olmasına rağmen genel olarak; toplumun gereksinimlerini belirleyip, üretim faktörlerini en uygun şekilde bir araya getirerek işi planlayan, ürün veya hizmet oluşturma sürecini yöneten ve sonunda kar elde edecek biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren kişi için kullanılmaktadır (Sipahi, 1997).

Güncel Türkiye Dil Kurumu sözlüğünde, girişimci kelimesi, üretim gerçekleştirmek amacıyla bir işe girişen, kalkışan kişi olarak veya ticaret, endüstri gibi alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan birey olarak ifade edilmektedir (TDK, 2019). Girişimcilik Türkçede 'üstlenmek' anlamını karşılamaktadır. Bu bağlamda, girişimci bir işletmeyi organize eden, yönetimini gerçekleştiren ve sorumluluklarını üstlenen bireyi ifade etmektedir (Durak, 2011). Bununla beraber girişimcilik fırsatları algılayarak kişisel fayda ve maddi kazanç oluşturmak isteyen, iş kurma niyetinde

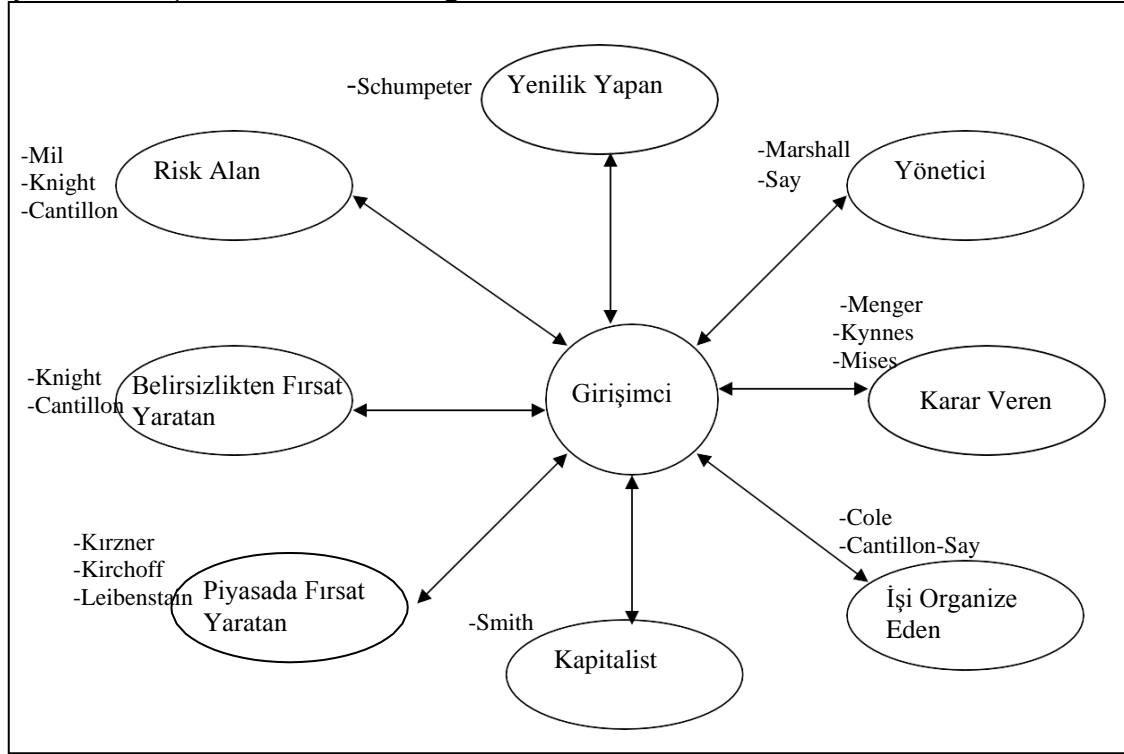
bulunan ve organizasyon yaratan bireyleri ifade etmek içinde kullanılabilen bir kavramdır.

Girişimci hem günlük hayatta hem de ekonomi ve yönetim bilimlerinde, adından sıkça söz edilen bir kelime olup, girişim ve girişim süreci, girişimcilik ya da girişimcilik faaliyeti gibi birçok kavram, bu kelimeden türetilmiştir. Girişimci, belirli bir projeyi, girişimcilik düşüncesine uygun şekilde geliştirmek amacıyla gözler önüne seren ve tanıtan kişi olarak tanımlanabilir. Girişimciler, yalnızca üstlendikleri faaliyetlerle değil, aynı zamanda üzerine aldıkları riskler, yeni zenginlik yaratmada hedefledikleri özel faaliyetler dizisi ve refah yaratmadaki özel tutumları ile de nitelendirilebilirler (Şahin, 2006).

Girişimcilik; ekonomik, fiziksel ve toplumsal riskleri üstlenerek parasal ödüller, bireysel tatmin ve bağımsızlığa ulaşmak amacıyla yeni bir değer yaratma sürecini yansıtmaktadır. Tanımda da belirtildiği üzere, hangi alanda olursa olsun girişimci olmanın dört ana unsuru üzerinde durulmaktadır (Atik, 2002):

- Birincisi, girişimcilik yaratıcılık sürecini içinde barındırır. Yeni bir değer yaratma, müteşebbisin kişiliği ve toplum için bir değer ifade etmelidir.
- İkincisi, girişimcilik için gerekli zamanın ve emeğin ayrılması gerekmektedir.
- Gerektiğinde riskleri yüklenmek, girişimciliğin üçüncü unsurudur.
- Sonuncu unsur ise, girişimci olmanın kazanımlarıyla alakalıdır. Bunlar parasal ödüller, bağımsızlık ve kişisel tatmin gibi girişimciler için önemli olan ödüllerdir.

Şekil 1: Girişimci Tanımında Vurgular



Kaynak: Top, 2006

Şekil 1’de değişik bilim adamları tarafından girişimcinin farklı yönlerinin ele alındığı görülmektedir. Bu yönler; Marshall ve Say tarafından yönetici, Menger, Kynnes ve Mises tarafından karar veren, Cole, Cantillon ve Say tarafından işi organize eden, Smith tarafından kapitalist, Kırzner, Kirchoff ve Leibenstain tarafından piyasada fırsat yaratan, Knight ve Cantillon tarafından belirsizlikten fırsat yaratan, Mil, Knight ve Cantillon tarafından risk alan kişi olarak açıklanmıştır. Schumpeter ise girişimciyi; bir icadı ya da daha önce hiç kullanılmamış bir teknik imkânı kullanarak üretim sistemini yenileyen, düzenleyen birey olarak görmektedir. Tüm bunlara ek olarak Drucker ise girişimciyi, “kendisine ait yeni ve küçük bir işi ya da görevi yapan birey” olarak tanımlamaktadır.

Her girişimcinin başarılı bir girişimci olması söz konusu değildir. Yeniliklere hızlı adapte olabilen bireyler, kendine güveni tam olan bireyler, sosyal algıları yüksek bireyler ve farklı insanlarla etkileşimi yüksek bireyler başarılı girişimci olarak tanımlanabilirler. Bu konuda Harper, başarılı girişimcileri diğer girişimcilerden farklı kılan sekiz özellik bulunduğunu ifade etmektedir (Güleç, 2011):

- Başarılı girişimciler, pazardaki fırsatların sonsuz olduğunu düşünür ve fırsatları sürekli gözlemleyen bireylerdir.

- Gelecek odaklı bireylerdir: neyin gerçekleştirilebileceği hususunda vizyon sahibi ve zaman, para ve fikirlerini iş alanına aktarma eğilimindedirler.
- “En iyisi olmak” için kararlıdır.
- Pazar tarafından yönlendirilirler ve müşteri eğilimlidirler.
- Personellerine değer verirler.
- Başarılı girişimciler gerçekçidirler
- Kötümserliğe kapılmazlar, toleranslıdır.
- Olumsuz koşullarla karşılaştıklarında kendilerini çabuk toparlarlar

1.1.2. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik bir ekonominin temeli olarak kabul edilmektedir. Birçok insan tarafından ülke ekonomilerinin büyümesini ve gelişimini sağlayan bir çark olarak görülmüştür. Girişimciliği pratikte uygulamış dünyanın pek çok ülkesinde, ekonomilerinin hayatta kalmasına, başarısına ve sürdürülebilirliğine yol açtığını gözlemlenmiştir.

Gelişmekte olan ülkelerin ileri ülkeler düzeyine erişebilmeleri için ekonomik büyüme şarttır. Bu sebeple ekonomik hareketlilik ana unsurlardan biri olmaktadır. Ekonomik kalkınmada, arz talep dengesinin sağlanmasının ve refah seviyesinin artmasının şart olduğundan yola çıkılarak bu noktada, toplumun gereksinim unsurlarını bir araya getirerek riski yüklenebilen yetenekli ve nitelikli kişilere ihtiyaç duyulmaktadır. Girişimciler içinde buldukları toplum içerisinde güçlü, pozitif ve kayda değer bireyler olarak görülmektedirler. Girişimci her şeyden önce bir insandır. Bu sebeple de girişimciler, içinde buldukları sosyo-ekonomik çevrenin bir ürünü olarak düşünülmektedir (Arıkan, 2002).

Az gelişmiş ülkelerin kalkınamamalarının altında yatan nedenlerden biri de, bu ülkelerin girişimci ruha sahip vatandaşlarının sayısının az olması ve bu kişilere gereken değerin verilmemesidir. Bir ülkede girişimci yetenek ve deneyimine sahip insanların çok olması o ülkede, ekonomik yatırımların artması, işsizliğin azalması, toplumsal refahın artması ve dış pazarlara açılma anlamına gelir. Dolayısıyla bu kişiler, ülkelerinin dünya pazarlarında adını duyurmasında önemli rol oynar. Bir ülkenin ekonomik geleceği özel kesimde bilgi sahibi ve yetenekli girişimcilerin

çoğalmasına, bunların dış pazarlarda rekabet edecek çağdaş ve büyük işletmeler kurup işletmelerine bağlıdır. Ortak Pazara, Ortadoğu pazarlarına, yeni Türki pazarlarına girebilmek ve oralarda rekabet edebilmek için başarılı girişimcilere gereksinim vardır. Girişimciler böylece ülkelerinin ekonomik gelişmesinin öncülüğünü üstlenmiş olurlar (Sipahi, 1997).

Girişimciliğin ehemmiyetini, bilhassa şu üç alan için vurgulamak gerekmektedir. Bunlar (TÜSİAD, 2003):

- Yenilikçilik-icatçılık,
- Yeni işletmelerin doğması-büyümesi,
- Yeni iş alanları yaratmadır.

Hızlı büyüyen işletmelerin büyüme seviyelerinde girişimcinin önemli bir özelliği, yenilikçi olması ve bunu aktif hale getirebilmesidir. Yenilikçilik, girişimcinin, beklenmedik hallerde, ortaya çıkan sorunları çözme kabiliyetini de kapsar. Bu kabiliyet, girişimcinin eğitimi ve tecrübesi ile kazandığı birikimlerinden oluşur. Dolayısıyla yenilikçilik çok önemli bir nitelik olup, yalnızca girişimciliğin değil, tüm işletme risklerinin başarı ile sonuçlandırılmasında önemli rol oynar (Şahin, 2006).

Müteşebbisler, piyasa ekonomisinin lokomotif pozisyonundadırlar ve yakaladıkları başarılar halka zenginlik ve yeni iş olanakları, tüketicilere de tercih çeşitliliği sağlar. Girişimcilik sağlık, eğitim ve refah hizmetlerinin etkin bir şekilde sağlanmasında da olumlu bir rol üstlenmektedir.

Girişimcilik istihdama katkıda bulunarak işgücüne katılımı arttırmakta, ekonomik kaynakların pazarda bulunan düşük üretkenlik bölümlerinden yüksek alanlara aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilik ile yeni fikirlerin yaratılması ve uygulanması hız kazanmakta, yeni iş kollarının yaratılması, teknolojinin gelişmesi, verimliliğin artması, ekonomik büyümenin sağlanması gibi pek çok unsurda basamak görevi görmektedir.

TİSK'e göre günümüz dünyasında girişimciliğin önemini artıran üç önemli neden bulunmaktadır. Bunlar (TİSK, 2004):

- İşsizlik probleminin artması,
- Yeni ekonominin giderek güçlenmesiyle değişen ekonomik yapı,

- Ekonomi ve işletme alanlarındaki teorik gelişmeler ve girişimciliğin genel kabulü.

Avrupa Birliğinin girişimciliğe neden önem verdiğini ise Avrupa Konseyi Yeşil Kitap'ta şöyle açıklamaktadır (COM, 2007).

- Girişimcilik iş yaratılmasına ve büyümeye katkıda bulunur,
- Girişimcilik rekabet açısından büyük önem taşır,
- Girişimcilik bireye kendi potansiyelini ortaya koyma olanağı verir,
- Girişimcilik topluma zenginlik olarak yansır.

1.2. Girişimcilik Niyet Kavramı ve Olgusu

Günümüzde gerek akademik alanda gerekse de uygulamada herkesin büyük ölçüde hem fikir olduğu gerçekliklerden biri refahın temel kaynağının girişimcilik olduğudur. Girişimcilik bireysel boyutta incelendiğinde kişiye motivasyon, başarı duygusu, bağımsızlık ve kendini gerçekleştirme gibi fırsatlara kapı açan somut bir gerçekliktir. Bu bağlamda özellikle kendi işinin sahibi olan bireylerin çalışma hayatını ödüllendiren ve onları doyuma ulaştıran, hayallerinin gerçekleşmesinde önemli rol oynayan bir kariyerdir. Diğer bir ifadeyle işini kuran kişilerin yaşamdan bekledikleri beklentilerini gerçekleştirmek için ideal fırsatlardan biri girişimciliktir. Bireylere maddi anlamda ihtiyaç ve beklentilerini yeterince karşılayan bir getiri, psikolojik boyutta kendini gerçekleştirme fırsatları sunan ve yaşamdan arzu ettikleri tatmini yaşatan bir memnuniyet, kendi kendinin patronu olmanın verdiği bir karizma, sosyal boyutta da toplumsal alanda tanınma, saygı görme ve rol modeli olma gibi duyguları yaratan bir meslektir (Top, 2017).

Ülkelerin gelişmişlik seviyeleri önemli derecede girişimciliğe bağlı temel kriterlerle ölçülmektedir. Ülkelerin gelişmeleri bireylerinin girişimciliği algılayabilmeleri ve kendi işlerini kurma konusundaki niyetlerinin sağlamlığı, gücü ve hırslarıyla ölçülmektedir. Ancak bu niyetler duygusal, bilişsel, sosyal ve ekonomik durum, koşul ve şartlardan çok etkilendiğinden kolay kolay ortaya çıkmamaktadır (Autio vd., 1997).

Gerek bireysel gerekse de toplumsal huzurun ve refahın anahtarlarından biri olan bireylerin kendi işlerini kurma niyetlerini geliştirmeye bağlıdır. Niyet sayısız faktör tarafından etkilenmektedir. Niyet boyutunu doğru bir şekilde anlamak

girişimciliği geliştirmenin temel basamaklarından birisidir.

1.2.1. Girişimcilikte Niyetin Tanımı

Türk Dil Kurumu, niyet kelimesini “bir şeyi yapmayı önceden isteyip düşünme” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2019). Girişimcilik literatürün de ise niyet kısaca, bilinçli bir plan veya karara dayalı bir eyleme götürmesi için bireyin kendi öz yeterlilikleriyle bu eyleme yönelik olarak arzu edilebilirlik ve yapılabilirliğin, hırs ve çabanın iç motivasyonu şeklinde temsil edilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Niyet kavramı, yapılan araştırmalara göre kabul gören iyi bir bilimsel girişimcilik açıklamasıdır. Yapılacak eylemin dışı vurularak başlama sinyalinin bir temsili şeklinde ifade edilmektedir (Top, 2017).

Niyet kavramı olarak, aynı zamanda işin arzu edilebilirliğini ölçen bir duygudur. Her yeni bir iş formasyonunda girişimci adaylarının sahip oldukları heyecanı ifade eden duygulardan biridir. Bu duygu fırsatları düşünme yoludur. Bir anlamda fırsatı kimliklendirme sürecidir. Niyet süreci bu anlamda geçerli bir dikkatin yer aldığı işe başlama düşüncesidir (Krueger vd., 2000).

Niyet kavramı girişimcilikte girişilecek eylemlerin başlangıcında yön tayin ettiğinden iş rotası şeklinde de algılanabilir. İş rotası konumunda bulunan bir niyet işin sağlıklı kurulmasında iyi bir tutum göstergesi olarak da algılanabilir. Bu rota bireyleri girişimcilikte başarıya götüren bir yol haritasıdır. Niyet kavramı bu rota üzerinde girişilecek faaliyetler öncesinde yeni bilgilerle sürekli güncellenmesi yapılan farklı bir bireysel davranış değerlendirmesidir. Başlangıçta eksik bilgilerden ve yetersiz inançlardan dolayı kısmi niyetlerle arzu edilebilir eylemlere geçilebilmektedir ancak süreç içinde bu niyetlerin uygulanması veya harekete geçirilmesi sırasında zorlanmalar baş göstermekte ve birçok emek başarısızlıkla heba olup gitmektedir. Bu nedenle niyet kavramı yeni bilgilerle yüz yüze gelindiğinde, arzu edilebilirlik ve yapılabilirlik olgusunu sürekli olarak yenileyen bir mekanizmadır (Erikson, 2002).

Niyet bir diğer bağlamda öngörülerle de ilişkilidir, ancak öngörü değildir. Öngörü bilindiği gibi doğruluğu tartışılmayan önermelerdir. Bireylerin yaşam alanlarını daha iyi görmelerine yarayan kısa bilişsel yollardan biridir. Öngörüler niyetin şekillenmesinde zihinsel varsayımlara götürecektir bir nevi rehberdir. Niyetler ve faaliyetler farklı zamanlarla ilgili olarak bir öngörünün etkilediği farklı davranışlardır.

Niyet kavramı insanların gelecekte yapmayı düşündüğü eylem ve hareketlerinin araştırılması ve davranışlarını yorumlama biçimidir (Leffel ve Darling, 2009).

Girişimcilik niyetleri bu açıklamalar ışığında hem sezgisel düşünme hem de rasyonel düşünmenin birlikte yapılandığı bireysel bir tutumdur. Diğer bir ifadeyle bireylerin hem yüreklerini hem de beyinlerini temsil etmektedir. Bu düşünme süreçlerinin altında fırsatların yarattığı hırs, heyecan, fırsatların analizi, amaca yönlendirilmiş davranışlar ve resmi iş planlarının zihinsel okunması yatmaktadır (Top, 2017).

Bu bilgiler ışığında niyet, bireylerin zihinlerinde canlandırdıkları gelecekle ilgili girişilecek herhangi bir eylemden önce zihinsel boyutta duygusal ve bilişsel mekanizmaların iş ve fırsat algısına göre yeniden yapılandırma davranışı olup işin arzu edilebilirliğini ve yapılabilirliğini gösteren bir öğrenme süreci içinde bireysel öz yetilerin, bilginin, deneyimin ve ilişkilerin fırsatla test edildiği bir inanç, iç motivasyon, vizyon ve misyon şeklinde tanımlanmaktadır.

1.2.2. Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörler

Dünya’da girişimcilik niyeti üzerine yapılan önceki çalışmalar incelendiğinde çok sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. Yapılan bu araştırmalarda demografik etmenler, aile faktörleri, girişimcilerin kişisel nitelikleri, sosyal ve kültürel çevre ile kültürel farklılıklar gibi etmenler girişimcilik niyeti ile bağdaştırılmıştır.

Girişimcilik ve kişilik arasında bulunan bağlantıyı ölçmek amacı ile yapılan araştırmalarda da başarı gereksinimi, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı olan tolerans ve kontrol odağı gibi girişimci kişilik nitelikleri girişimcilik niyeti ile bağdaştırılmıştır.

Bu çalışma kapsamında aile, eğitim, yaş, cinsiyet, meslek deneyimi ve kişisel özellikler gibi etmenler girişimciliği etkileyen faktörler olarak ele alınacaktır.

1.2.2.1. Aile

Tüm insanların sosyalleşme süreci ilk olarak ailede başlamaktadır. Her bir birey çocukluk döneminden sonra geleceğini yön verme ve şekillendirme noktasında ebeveynlerinden etkilenmektedir. Bireyin doğduğu, büyüdüğü ailenin toplumsal ve ekonomik yönü ile aileden kazandığı değerler, kariyer ve meslek planlarında önemli bir rol oynamaktadır. Örnek olarak, ataerkil aile düzeninin bulunduğu ailelerde ebeveyn kontrolü ve itaat hissi daha ön planda olup kapalı bir ekonomik yaşam söz

konusu olmaktadır. Bu şekilde olan bir ailede, yenilik, bireysel başarı hedefi oluşturma ve risk alma fikri yaygın olmadığı için kişinin girişimciliğe olan eğilimi de daha zor olmaktadır. Diğer bir söyleyişle, ailenin demokratik olma düzeyi veya otoriterlik seviyesi, ailenin içinde olduğu yapı, çocuklarında girişimcilik eğilimlerini fazlalaştıran veya azaltan bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır (Güney, 2015). Aile girişimcilik düşüncesinin oturmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bireye aile tarafından sağlanacak dayanak, eğitim ve finansal imkanlarla birleştiğinde girişimcilik kültürü daha çok gelişebilir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004). Bununla birlikte bireyin girişimciliğe duyduğu alakayı artıran sebeplerden bir diğeri de, ailede başarılı girişimcilerin varlığı yani rol modelleridir. (Wang ve Wong, 2004). Rol modellerinin kariyer kararları üzerinde derin bir etkiye sahip olabileceği uzun zamandır kabul edilmektedir. Bu nedenle, rol modelleri girişimci olma arzusunu ve bireylerin girişimci öz yeterliliklerini de artırabilir. Bu da girişimcilik niyetlerini ve sonuçta girişimcilik faaliyetlerini olumlu yönde etkileyebilir (Bosma vd., 2012).

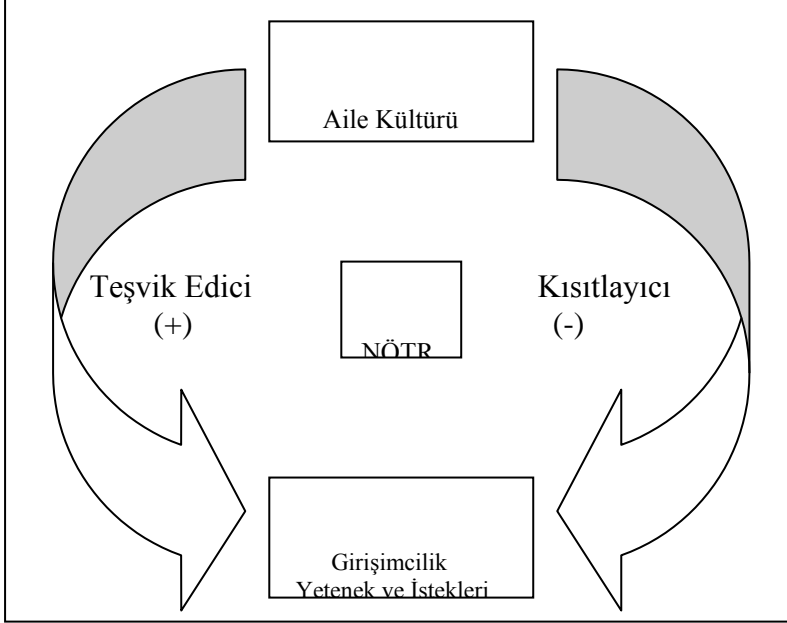
Her biri ayrı yapıda ve farklı değer yargılarına sahip olan aile, çocuğun en fazla etkilendiği kurumdur. Bireyin istek ve yeteneklerinin yönlendirilmesinde en fazla etkisi olan, ailenin tutum ve davranışlarıdır. Çocukların hisleri ve görüşlerini doğal bir biçimde ifade etmesine izin veren ebeveynler, insan ilişkilerinde başarılı, kendine güvenen, girişimci, kişiler yetiştirirken, çocuklarını olumsuz yönde devamlı olarak eleştiren, sınırlayan, dolayısıyla hislerini ve görüşlerini doğal bir şekilde ifade etmesine izin vermeyen anne ve babalar utangaç, çekimser, içine kapalı, alıngan kişiler yetiştirirler. Çocukluk boyunca oluşturduğu benlik bilinci, kişinin davranışlarına kısıtlamalar getirir. Kendi kendine karar verebilme konusunda çocuğa özgürlük tanınması, desteklenmesi girişimcilik ruhunun gelişmesine yardımcı olacaktır. Ailede başarılı bir girişimcinin bulunması, dolayısıyla ailenin de girişimciliği ve serbest çalışmayı destekler bir yapıda olması, çocuğun etkilenmesini sağlar. Bu etkilenme taklit etme yoluyla olmaktadır. Çocuk kendisini “başarılı girişimci” olarak algılayacak ve öyle olmak için farkında olmadan elinden geleni yapacaktır (Sipahi, 1997).

İlk olarak ailede başlayan ahlak, görgü, eğitim vb. etkenler çocukların girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde üç çeşit etki yaratmaktadır. Şekil 2’de bahsedildiği gibi bu etkileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (TÜSİAD, 1987);

- Teşvik edici etki (olumlu etki)

- Kısıtlayıcı etki (olumsuz etki)
- Kararsızlık yaratıcı etkisi

Şekil 2: Ailenin girişimcilik üzerine etkisi



Kaynak: İlter, 2008

Aile çocuğunu, yaşamını özgür şekilde kazanması ve kendi işini kurması hususlarında motive ediyorsa burada teşvik edici (olumlu) etkiden söz edilmektedir. Çoğunlukla aile içinde ve çevresinde girişimci olan büyüklerin başarısı örnek gösterilmektedir. Kısıtlayıcı (olumsuz) etkide ise ailenin, çocuğun düşüncelerine ve kararlarına değer vermemesi, küçümsemesi, başarıma arzusunu sınırlayıcı rol oynamaktadır. Öte yandan kapalı bir aile yapısı, çocuğun çevreyle iletişim kurmasına ve sosyal açıdan gelişmesine engel olmakta ve ileriki zamanda girişimcilik için gereken iletişim ağının kurulmasında sıkıntılar yaratmaktadır. Kararsızlık yaratıcı etki durumunda ise aile, özellikle modern toplumlarda çocuğu toplumsallaştırma görevini büyük ölçüde eğitim kurumlarına bırakmaktadır (İlter, 2008).

1.2.2.2. Eğitim Düzeyi

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasının en önemli araçlarından biri eğitimidir. Bir ülkenin eğitim düzeyi yüksek olması ile o ülkede yenilikçi düşüncelerin ortaya atılması, yeni yatırımların yapılması ve bu doğrultuda yeni iş oluşumlarından söz edilebilmektedir. Bu durumun ise işsizliğe, toplumun gelir seviyesine ve toplum refahına pozitif yönde etkisi bulunmaktadır (Erdurur, 2012). Diğer yandan, girişimcilik

tam anlamıyla doğuştan olmayan, zamanla geliştirilerek eğitim ile birlikte edinilebilen bir kavramdır. İnsanlar, şahsi işletmelerini oluşturmada gerekli düşünce ve kabiliyetleri girişimcilik eğitimi ile kazanarak cesaretlendirilebilmektedir (Börü, 2006). Aynı zamanda girişimcilik eğitimi, gençlerin girişimcilik davranışını kavraması ve iletmesinde oldukça önem verilen etmenlerden biri olarak görülmektedir. Girişimcilik niyetinin doğmasında eğitim modelinin de teşvik edici rolü bulunmaktadır. Örneğin, tecrübe ederek öğrenmeyi benimseten bir eğitim sisteminde yer alan kişilerin girişimcilik eğilimleri ezber üzerine kurulu bir eğitim sisteminde bulunan kişilere oranla daha fazla olmaktadır (Demirel ve Tikici, 2004).

Bir insan işin yapılması için gerekli sermayeye sahip, ama mutlaka gerekli olan bilgi ve beceriye sahip değilse o işi yapamaz. İşin nasıl yapılacağını bilmesi gerekir. Bireyin okulda aldığı genel eğitimden sonra, mesleki eğitim alması ve okuldan sonra eğitimine sanayide iş başında ve uygulamalı olarak devam etmesi gerekir. Böylece birey, işin içinde eğitilmiş olur. Bu nedenle günümüzde birçok toplumun eğitim sistemlerinde, köklü değişikliklerin yapıldığını ve geliştirilen yeni sistemlerde çıraklık ve mesleki eğitime büyük ağırlık verildiğini görmemiz mümkündür. Kalkınma planlarında sanayi için öngörülen hedefleri gerçekleştirebilmemiz, eğitim sistemimizin, sanayi ve kalkınmamızın ihtiyacı olan her düzeydeki teknik insan gücünü gerek nitelik, gerek sayı yönünden karşılayabilecek ölçüde verimli ve etkili kılınmasını gerektirmektedir. Küçük ölçekli işletmelerde çalışanların en karakteristik özelliği, mesleklerini çıraklıktan başlayarak öğrenmeleri ve hatta bu dönemi geçirmek suretiyle işletme sahibi olmalarıdır. Bu açıdan konuyu ele aldığımızda, çıraklık eğitimi gerek mesleki bakımdan ve gerekse istihdamın artırılması bakımından önem taşımaktadır.

1.2.2.3. Yaş

Girişimciliği etkileyen etmenler içinde diğer önemli unsurlardan biri de yaş düzeyidir. Yapılan çalışmalar neticesinde girişimcilik kariyerinin çoğunlukla 22-55 yaş aralığında başladığı tespit edilmiştir. Bu yaş aralığı dışında da girişimciliğe başlamak mümkün olabilmekle birlikte, girişimcilikte başarılı olabilmek için yüksek enerji ve maddi destek gerekli olmaktadır (Bozkurt, 2007). Amerika'da yapılmış olan araştırmalarda genellikle ilk iş kurma yaşı 25-40 yaş aralığı olarak tespit edilirken, ülkemizde yapılan çalışmalarda yaş aralığının benzer şekilde 25-42 olduğu

saptanmıştır (İrmiş vd., 2010).

1.2.2.4. İş Deneyimi

Kişinin geçmiş iş deneyimi ya da deneyimleri de girişimcilik eğilimi üzerinde önemli bir diğer unsurdur. Müteşebbislerin çoğunluğunun işletmelerin üretim, pazarlama ve finans gibi departmanlarında elde ettikleri deneyim veya ailelerinden, ustalarından elde ettikleri deneyimle de girişimciliğe adım attıkları görülmektedir (İrmiş vd., 2010).

Türkiye 'de 1995 yılında Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü tarafından Ankara, İstanbul, Urfa, Gaziantep, Çorum, Denizli ve Muğla olmak üzere yedi ilde yapılan araştırmanın sonucunda kadınların mesleklerindeki deneyim sürelerinin erkeklerden daha az olduğu saptanmıştır (Aslan ve Atabey, 2007).

1.2.2.5. Kişisel Özellikler

Kişiler kültürel, sosyal ve demografik faktörlerinin yanı sıra birtakım bireysel etmenler sebebiyle de girişimciliğe yönelebilmektedir. Son yıllarda yeni bir mesleğe başlama ve müteşebbis olma ile ilgili çalışmaların genelinde girişimcilerin kişilik nitelikleri üzerine düşünüldüğü ve girişimciliğin "girişimci birey" çerçevesinde ele alındığı görülmektedir.

Girişimcilerin kişilik özelliklerinin toplumdaki diğer insanlara kıyasla değişiklikler gösterdiği bulgulanmış ve girişimcilerin bu nitelikleri sebebiyle başarıya ulaştıkları kabul edilebilmektedir. Bu yönden kişilik özellikleri girişimci bireyler ve girişimci olmayan bireyler arasında önem verilen ayırt edici bir unsur olarak görülmektedir. Çünkü girişimci bireylerin kişisel özellikleri ile girişimci olmaları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (Rauch ve Frese, 2000).

Kişilik özellikleri girişimciden girişimciye farklılık gösterebilmektedir. Bu girişimcilerin bir kısmı doğuştan girişimci olabilecek niteliklere sahip olabilir ve zamanla kendi emekleri ve edindikleri eğitim aracılığı ile sahip oldukları bu özellik ve kabiliyetlerini geliştirmeleri söz konusudur.

2. İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. Kadın Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik tanımına benzer şekilde, kadın girişimciliğın ne olduğu ve kendine özgü zorlukların neler olduğu konusunda birçok farklı bakış açısı vardır. “Girişimci” kelimesi, iş kuran ve girişimci niteliklere sahip bir erkek veya bir kadına atıfta bulunsa da, yine de araştırmalar kelimenin 21. yüzyıla bile yoğun biçimde erkeklerle ilişkili olduğunu göstermektedir (Salmenniemi vd., 2011). Yine de özellikle ekonomik büyüme ile ilgili olarak, girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınlar, ele alınmamış bir güç kaynağı olarak anlaşılmaktadır. Kültür ve toplum yavaş yavaş geliştikçe, kadınların rolünün altında yatan anlayış hızlı gelişen endüstriyel gelişme ve modern ekonomi ile uyuşmuyor. Kadınlar yüksek öğrenim, iş ve ekonomik özerklik kazanma konusunda daha iyi imkanlara sahip olsalar da, kadının aile statüsü içerisinde ev hanımı ve ebeveynlikle ilgilendiğı bir toplumsal cinsiyet asimetrisine dair geleneksel inançlar hala devam etmektedir (McGowan vd., 2012). Aaltio ve Peltonen'e (2009) göre toplumun tanımladığı bu tarihsel geçmiş ve rollerden dolayı, bir kadın, bir erkeğe kıyasla, daha fazla aile odaklı olarak nitelendirilmektedir. Bu durumda erkek ve kadın girişimcilerin işletmelerindeki farklı yönetim tarzlarının nedenini açıklamaktadır (Aaltio ve Peltonen, 2009). Kadın girişimcilerin davranışı ülkelere göre ve içinde buldukları sektörlere göre farklılık göstermektedir (Aaltio ve Peltonen, 2009). Kyrö (2009) 'a göre, kadınların egemen olduğu sektörler, teknoloji ve bilim gibi erkek egemenliğine kıyasla düşük gelirli endüstrilerdir. Çoğunlukla cinsiyetlerden birinin egemen olduğu endüstriler vardır: örneğın, otellerin, restoranların ve kamu idaresinin çoğunlukla kadınların egemen olduğu düşünölmektedir (Kyrö, 2009).

Kadın işgücü dört temel kategoride incelenebilir. Bu kategoriler, kadın işçiler ve kamu çalışanları, kadın girişimciler, kadın idareciler ve belirli bir eğitim sonrasında edindikleri mesleklerini (hemşire, öğretmen, mimar vb.) yapan kadınlar olarak incelenmektedir. Ecevit (1993) çalışmasında kadın girişimcinin, girişimciden daha değişik olduğunu ve tanımlamalarda sınırlandırılma yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Kadın girişimci bu görüşe göre;

- Ev harici bir yerde, kendi namına yarattığı bir (ya da birden çok) işletmesi olan

- Bu işletmelerde kendi başına veya elemanları olan başka bireylerle çalışan ve/veya işin sahibi olması ünvanı ile ortaklık oluşturan
- Bir ürün veya hizmetin üretilmesiyle ilgili etkinliklerle ilgilenen, bu ürün veya hizmetin pazarlaması, dağıtımı ve satımını yaptıran
- Mesleği ile alakalı olarak ilişkide bulunması gerekli birey, organizasyon, kurum ve kuruluşlarla kendisi için ilişkiyi oluşturan
- İş sürecinin düzenlenmesi, ürün/servis üretiminin organizasyonu, işyerinin yürütülmesi, kapatılması veya işin büyütülmesi hususunda kendisi karar veren, işinden kazandığı gelirin yatırım alanları ve kullanım amaçları üzerinde söz sahibi olan kadınlar olarak tanımlanmaktadır.

Kısaca kadın girişimciler, bir işletmeyi kuran, organizasyonunu sağlayan ve devamlılığını sağlayan kadın veya kadın grubu olarak tanımlanabilir. Kadın girişimciler bağımsız bir mesleğe sahip olmak amacıyla iş yaparlar ve kendi ayakları üzerinde durmaktadırlar. Yaşamları ve kariyerleri hakkında bağımsız karar alma duygusu, bu dürtünün arkasındaki motivasyon faktörüdür. Aynı zamanda kadın girişimciler bir mesleği bir meydan okuma ve yeni bir şeyler yapma dürtüsü olarak seçiyorlar (Goyal ve Parkash, 2011).

Literatürde bulunan kadın girişimcilerin incelendiği araştırmalarda kuramsal yönden birçok konunun incelendiği görülmektedir. Özellikle yapılan birtakım araştırmalar incelendiğinde, kadın girişimcilerin sahip olduğu organizasyonların birtakım kriterler bakımından oldukça başarılı olduğu kayda değer bir gelişme olarak dikkat çekmektedir. Bu anlamda yapılan araştırmalarda, kadınların sosyo-demografik özelliklerinin saptanması, iş başlatma sebepleri, işi oluşturma ve devam ettirmede yüz yüze geldikleri problemler ve örgütlenme eğilimleri gibi konular çoğunlukta olmuştur. Bunlarla birlikte bu araştırmalarda, kadın girişimcileri erkeklerden ayırt eden özellikler de incelenmiştir (Soysal, 2010).

Literatürde kadın girişimciliği üzerine yapılmış ampirik çalışmalar;

- V. Krishnamoorthy ve R. Balasubramani 2014 yılındaki çalışmalarında, kadınların motivasyon faktörlerinin girişimcilik başarısı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmada kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri hırs, beceri ve bilgi, aile desteği, pazar fırsatları, bağımsızlık (maddi yönden kimseye muhtaç

olmama), devlet sübvansiyonu ve iş tatmini olarak bulgulanmıştır. Çalışma da ayrıca kadınların girişimcilik motivasyonunun hırs, bilgi ve beceri, bağımsızlık boyutlarının girişimcilik başarısı üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

- G. Palaniappan, C. S. Ramanigopal, A. Mani 2012 yılındaki makalelerinde kadınların çeşitli türlerdeki profesyonellere ve hizmetlere girerek evlerinin sınırları dahilindeki engellerini aşmakta başarılı olduklarını analiz etmişlerdir. Bu çalışmaya göre, kadınları iş kurmaya yönlendiren ana nedenler beceri, iş bilgisi ve uyumdur. Bu çalışma aynı zamanda, kadınları girişimci olmaya iten motivasyon faktörlerini ve diğer faktörleri analiz etmek, kadın girişimcilerin temel güçlü ve zayıf yönleri ile girişimciliği teşvik eden çevresel fırsatlar ve tehditler ortaya koymak ve Tamilnadu'da seçilen bölgeler de kadınları girişimcilğe teşvik etmek için önerilerde bulunmak amacıyla yapılmıştır. Sonuç olarak çalışmada finansal kaynaklara erişim kadın girişimciler için temel sorun olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca kadın girişimcilerin eğitim ve öğretim eksikliğinden dolayı pazarda ayakta kalamayacağı sonucuna varmıştır.

- Anita TripathyLal's (2012), tezinin asıl amacı, Hindistan'daki Kadın Girişimcilerin İngiliz sömürge günlerinden (1947'den önce) yani bağımsızlık öncesi günlerden bu yana nasıl geliştiğini araştırmaktır. Çalışma ayrıca, kadın girişimcilerin girişimci enerjilerini yeni iş kurmaya neden olan faktörleri analiz etmek için yapılmıştır. Nitel ve nicel analizlere dayanarak, Hindistan'da kadın girişimciliğin büyümesi dört farklı döneme ayrılmıştır. Bağımlılık Öncesi Dönem (1947'den önce), Bağımsızlık Sonrası Dönem (1947'den sonra), Liberalleşme Sonrası (1991'den Sonra) ve Küresel Durgunluk dönemi (2008 sonrası)'dir. Çalışmanın sonuç kısmında da, Hindistan'daki çeşitli destek sistemlerinin, Hindistan'daki Kadın Girişimciler için elverişli bir ekosistemi ne ölçüde destekleyebileceği tartışılmıştır.

- Cohoon, Wadhwa ve Mitchell (2010) çalışmalarında, kadın ve erkek girişimcilerin motivasyonları, geçmişi ve deneyimleri detaylı bir şekilde incelemiştir. Bu çalışmada, kadınları girişimci olmaya motive eden ilk beş finansal ve psikolojik faktörler tanımlandı. Bunlar zenginlik arzusu, sahip oldukları kendi iş fikirlerini sermayeleştirme arzusu, başlangıç kültürünün çekiciliği, uzun zamandır

kendi şirketlerine sahip olma arzusu ve bağımsızlık arzusu olarak bulgulanmıştır. Çalışmada, kadınların entelektüel sermayeyi koruma konusunda, meslektaşlarından daha fazla endişe duydukları sonucuna varılmıştır. Ayrıca mentorluğun kadınlar için çok önemli olduğu bulgulanmıştır.

- Dr. Sunil Deshpande ve Ms. Sunita Sethi (2009) çalışmalarında temel amaç, kadın girişimci grubunun karşılaştığı çeşitli sorunları genel hatlarıyla tespit etmek ve çözümler sunmaktır. Ayrıca girişimci kadınların iş koşullarının iyileştirilmesinin gerekliliği, kadınların eğitimine önem verilmesi gerekliliği ve kadın girişimcilerin bilinçlendirilmesinin önemli olduğu vurgulanmıştır. Aynı zamanda bu çalışma da amaç, kadın girişimcilerin kendi güçlü yanlarını, toplumdaki yerinin önemini ve ekonominin yanı sıra kendi iş alanlarında da yapabilecekleri büyük katkıları anlamalarını sağlamaktır.

- Veena S. Samani (2008) araştırmasında, gıda işleme yapan işçi sınıfındaki kadınlar üzerinde araştırmayı gerçekleştirdi. Çalışma Gujarat'taki kadınların büyük çoğunluğunun gıda hazırlama ve işleme konusunda uzmanlık ve eşsiz becerilere sahip olduğunu göstermektedir. Yiyecek işleme farklı tür ve miktarlarda olabilir, ancak kadınların bu girişimlerinin, evle ilgili olsun veya olmasın, büyük bir başarı sağladığı tespit edildi. Bu çalışma aynı zamanda gıda işletmesinde çalışan kadınların bilgisine, tutumuna, uygulamalarına ve problemlerine ışık tutuyor. Seçilen tüm kadınların yaşadığı asıl sorunun stres olduğu sonucuna varılmıştır.

- Surinder Pal Singh (2008) çalışmasında kadınların girişimciliğe girişinin arkasındaki nedenleri ve etkileyen faktörleri tanımlamaktadır. Kadın girişimciliğin büyümesi önündeki engellerin temelinde başarılı girişimcilerle etkileşimin olmaması, kadın girişimcilerin sosyal olarak kabul görmemesi, aile sorumluluğu, cinsiyet ayrımcılığı, eksik ağ, bankacıların kadın girişimcilere kredi sağlamak için verdiği düşük öncelikten bahsedilmiştir. Çalışmasının sonucunda mikro şirketlerin teşvik edilmesi, kurumsallaşmanın önemini algılanması ve kadın girişimcilerin gerekirse ayrı destek programlarıyla desteklenmesini önerdi.

- Binitha V. Tulasidhar (1993) çalışmasında kadınların çalışmalarıyla çocukların refahı arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Ayrıca kadınların çalışma durumunun çocuğun refahı üzerindeki nedensel ilişkisini açıklamaya çalışmaktadır.

İş cephesindeki faaliyetlerin sayısı arttıkça, annelerin çocuk bakımı için harcadığı zamanın azaldığı tespit edilmiştir. Girişimci kadınları alternatif çocuk bakım düzenlemeleri yapmaktadırlar.

- Birley Sue, Caroline Moss ve Peter Saunders 1987,
- Donald D. Bowen ve Robert D. Hisrich 1986 yılındaki “The Female Entreprenur: A Career Development Perspective” adlı çalışmasında kadın bireyler için kariyer modeli geliştirmişlerdir.

2.2. Kadın Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Kadınların ekonomik anlamda meslek hayatına girişi, 18. yüzyılda İngiltere’de gerçekleştirilen Sanayi Devrimi ile başlamıştır. Bu dönemden itibaren sanayinin gelişmesiyle birlikte kadın çalışan kavramı önem kazanmıştır. Kadın ve çocuk işçilerin çalıştırılmasıyla ortaya çıkan ilk görünüm, kötü çalışma koşulları ve erkekler işçilerle kıyaslandığında verilen düşük ücretlerdir. Bu durum kamuoyunun konu üzerinde büyük bir ciddiyetle tartışmasına neden olmuştur.

Gerçek anlamda kadınların kamuoyu gündeminde yer edinmesi 1. ve 2. Dünya Savaşları döneminde kadın sözcüğünün yeniden iş piyasasına çıkması ile olmuştur. 2. Dünya Savaşı’nın toplulukların sosyal ve ekonomik hayatına getirdiği büyük değişimler sonucunda “kadın nerede?” ve “kadın ne yapıyor?” soruları sorgulanmaya başlamış ve 1945 senesinde Birleşmiş Milletler Teşkilatı kurulmuştur. Birleşmiş Milletler Teşkilatında 1946 yılında önemli bir karar alınarak Kadın Statüsü Komisyonu kurulmuş, dünyanın tüm ülkelerinde özellikle savaş sonrası toplumlarda kadınların toplum yaşamına katılımındaki düzeyleri ölçmek, bu komisyonun görevi olmuştur. 1946 yılında Kadın Statüsü Komisyonu ilk kararlarını alarak 1947 yılında resmi üye ülkelerin katılmış olduğu ilk toplantısını yapmış ve bu çerçevede ülkelerin bu konuda nerede olduğuna ilişkin çalışmaların başlatılması kararını almıştır. Aynı yıl Birleşmiş Milletler Teşkilatı içinde İnsan Hakları Komisyonu Kurulmuştur. Dolayısıyla, Birleşmiş Milletler Teşkilatı, kadın sorunlarını Kadın Statüsü Komisyonu ile tüm insanların sorunlarını ise İnsan Hakları Komisyonu vasıtasıyla yürütmektedir (Sipahi,1997).

Ülkemizde kadının statüsünün güçlendirilmesi gerektiği fikri, ilk defa 19.yy’da Tanzimat Hareketi ile başlamış, 2. Meşrutiyetten itibaren de, dönemin aydın kesimleri,

kadınların siyasi ve toplumsal yaşamda aktif olarak yer almamasına büyük tepki göstermişlerdir. Bu dönemlerde yapılan etkinlikler, kadının statüsünün yükseltilmesine ilişkin olarak yapılan ve kilometre taşları olarak adlandırabileceğimiz faaliyetler olarak görülebilir.

1980'li yıllarında itibaren devlet düzenlerinin, ekonomik sistemlerin, sosyo-kültürel yapıların, eğitim seviyesi ve refah seviyenin artması gibi toplum parametrelerinde meydana gelen değişimlerle birlikte girişimcilik büyük bir gelişme göstermiş ve sadece erkeklerin egemen olduğu bir alandan çıkıp kadınlarında uğraş alanları içerisine girmiş bulunmaktadır. Kadınlar ilk başlarda işgören olarak çalışma hayatında yerini almış, zamanla işveren olarak da ekonominin vazgeçilmez aktörleri arasında yer almışlardır (Soysal, 2010).

Türkiye, Birleşmiş Milletler Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesine ilişkin sözleşmeyi 1985'te imzalamıştır. 1986'da bu sözleşme, TBMM tarafından onaylanmıştır. Sözleşmeye göre Türkiye, kadınlarla ilgili olarak hem kanunlardaki hem de idari ve cezai uygulamadaki eşitsizlikleri raporlayarak ilgili komiteye bildirme mükellefiyetine girmiş bulunmaktadır. Bu şekilde kadın politikası gündemi de yeni bir kapsam kazanmıştır. Bu sözleşme imzalandıktan sonra, 1990'da Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü'nün kurulması, 1991'de devlet bakanlıklarımızdan birinin kadın sorunları ile görevlendirilmesi her bakımdan dikkat çekicidir (Sipahi, 1997).

Kadın girişimciliğinin ayrı olarak tanımlaması ya da bu konuda çalışmalar yapılmasındaki temel neden erkeklere kıyasla kadınların iş yeri açma ve yönetme etaplarında, sadece cinsiyetlerinden kaynaklanan daha çok sayıda ve daha zorlu engellerle karşı karşıya geldiklerinin kabul edilmesidir (Özar, 2005). Yine de kadın girişimciyi tanımlamak basit değildir. Farklı yazarlar tarafından kadın girişimci kavramına farklı anlamlar yüklenmektedir. Çoğunlukla "iş kadını" ve "kadın girişimci" kavramları birbiriyle eş anlamlı olarak kullanılsa da kadın girişimci, kendisi adına iş yapmaktadır. Oysa "iş kadını" ise bir işletmede çalışmakta olan bütün kadınlar olarak anlaşılmalıdır (Keskin, 2014).

Literatürde uzun zamandır birçok kadının işi ve aileyi daha iyi dengelemek için kendi işlerini kurduğu kabul edilmektedir. Bir kariyer olarak girişimcilik, bireylerin kişisel ihtiyaçlarını karşılayan işletmeler yaratmalarını sağlayan algılanan özerklik ve

esneklik nedeniyle iş ve aileyi dengelemenin bir yolu olarak görülmektedir. Nitekim, erkek girişimcilerin sadece yüzde 15'i iş kararları verirken aile taleplerini göz önünde bulundururken, kadınların üçte ikisi işlerini aile hayatları etrafında yapılandırmaktadır (Shanine vd., 2019). Yine de kadınları girişimciliğe çeken bu büyük özerklik ve esnekliğe rağmen, girişimciler, genel olarak, örgütsel çalışanlardan daha fazla iş-aile çatışması yaşamaktadır (Parasuraman ve Simmers, 2001). Erkeklerin bir işe başlarken ya da yeni bir işe başladıklarında aile sorumlulukları hafifletilirken, aynı durum kadınlar için geçerli olmamaktadır. Ağır aile talepleri genellikle kadın girişimcilerin işlerine ayırdıkları zamanı ve enerji miktarını sınırlamaktadır (Shanine vd., 2019).

Geçmişteki çalışmalar, daha feminist bir girişimcilik görüşünü desteklemeye yardımcı olurken, kadınların ihtiyaçlarının, çıkarlarının ve örgütlenme biçimlerinin vurgulandığı, kadın ve erkek girişimciler arasında iş-aile ara yüzüne ilişkin olarak heterojenliğin vurgulandığı çok az çalışma bulunmaktadır. Bu tür bir araştırma eksikliği de, kadın girişimciler için iş ve aile arasındaki ilişkiye dair tutarsız görüş ve bulgulara neden olmaktadır. Girişimcilerin iş-aile ara yüzü konusundaki çalışmaların çoğu, kadınların iş büyümesini ve başarısını sınırlayan aile sorumluluklarını anlatan bir çatışma perspektifi oluştursa da, son yıllarda ki araştırmalar, kadın girişimcilerin, özellikle iş performansını artırmak için aile desteğinden yararlanma konusunda yetenekli olduğunu göstermektedir (Powell ve Eddleston, 2013).

Belirtildiği gibi, kadınların iş kurma konusundaki motivasyonlarından biri daha iyi iş-yaşam dengesi sağlamaktır. Girişimciler genellikle çalışma programlarını kontrol etme arzusundan dolayı girişimci olurlar (Adkins vd., 2013) ve özellikle de kadın girişimciler kendi işlerine sahip olmanın daha iyi bir iş-yaşam dengesi sağlayacağına inanırlar (Parasuman ve Simmers, 2001).

2.3. Kadın Girişimciliğin Önemi

Ekonomik refahı ve gelişmişliği arttırmak isteyen hükümetler ülkesinin girişimcilik dinamiklerini teşvik etmekle ilgilenmesi gerekmektedir. Farklı demografik yapılara ve farklı iş gücü koşullarına sahip kadınlar da potansiyel girişimciler arasında yer almaktadır. Kadın girişimciliğinin fonksiyonları içinde cinsiyet eşitliğini sağlamak, kadınların pazar üretimine katkılarının fazlaştırılması ve buna ek olarak da elde ettikleri kazançla hem kendi hem de aile gelir düzeyinin artırılması ve bu sayede ülke kalkınmasına da sağlayacakları faydalar sayılmaktadır (Özar, 2005).

Kadın girişimciler, özellikle ekonomik kalkınmaya katkıları bakımından, gelişmekte olan ülkelerdeki kilit aktörlerdir. Kadın girişimciliği, ekonomik büyümenin önemli bir kaynağı olarak kabul edilmiştir. Kadın girişimciler, kendileri ve başkaları için yeni işler yaratmakta ve ayrıca topluma yönetim, organizasyon ve iş sorunlarına farklı çözümler sunmaktadır. Ancak yine de kadın girişimciler tüm girişimciler içerisinde azınlığı temsil etmektedirler. Kadın girişimciler evlilik, yasalar ya da kültürel uygulamalar nedeniyle girişimlerini başlatmaya ya da büyütme yönelik cinsiyet temelli engellerle sık sık karşılaşmaktadırlar (Vijayakumar ve Naresh, 2013).

Kadın girişimcileri erkek girişimcilerden ayırt eden özellikler incelendiğinde, başta tarafların toplumda üstlendikleri roller, gelenek ve görenekler veya insan yaşamının farklı dönemlerindeki ihtiyaçlarının değişmesi gibi etmenlerin göz önünde olduğu söylenebilmektedir. Önemli olan başka bir farksa erkek girişimcilerin finansal beklentilerinin, kadın girişimcilerin ise bireysel beklentilerinin önemli olduğu, bununla birlikte, kadınların erkeklere oranla daha çok toplumsal desteğe gereksinim duydukları saptanmıştır (Kutanis, 2006).

Kadın girişimciler ve erkek girişimciler arasında benzer yönler olmasına rağmen, ayrımlar da görülmektedir. Aşağıda yer alan tabloda cinsiyetler arasındaki farklılıklar yer almaktadır.

Tablo 1: Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Kadın Girişimciler	Kategoriler	Erkek Girişimciler
Daha çok doğrudan deneyim elde ettikleri işlere yönelirler	Deneyim	Deneyimsiz ve deneyimli olduğu işlere yönelebilirler
İşlerini kurduktan sonra erkeklere oranla işlerine daha az vakit harcarlar.	Çalışma Süresi	İşletmelerini kurduktan sonra zamanlarının büyük bir kısmını işlerinde geçirirler
Yaşam tarzına daha çok önem verirler	Hedefler	Karlılığa daha çok önem verirler
Daha küçük ve sıradan meslek alanlarında işletme kurarlar	İş Faktörleri	Daha çok risk ve kazanç elde edecekleri işe yönelirler.
Kadın girişimciler, erkek girişimcilere kıyasla genellikle hizmet, ticaret ve perakende sektöründe yoğunlaşmaktadır.	Çevresel Faktörler	Erkek girişimciler tüm ticaret sektörlerinde yer almaktadırlar.

Kaynak: Çelebi, 1997

Ronstandt'a göre, başlangıçta sermaye amacıyla başvuru alan yerler kadın ve erkek girişimciler için birbirinden farklı olmaktadır. Erkekler işletmelerinin başlangıç

etabında ana sermayeleri yanında, finansman kaynağı olarak gerek yatırımcılardan getiri gerekse bankalardan kredi sağlarken, kadın müteşebbisler çoğu zaman yalnızca şahsi birikim ve varlıklarından yararlanma yoluna gitmektedirler. Tecrübe kadınların işletmelerini erkeklere oranla daha düşük finansal kaynak ile etkinliğe geçirdiklerini ortaya koymaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalardan birisi, kadın girişimciler tarafından kurulan işletmelerin başlangıç sermayesinin yaklaşık \$15.000 olmasına karşın, erkek girişimcilerin aynı amaç için kullandıkları sermayenin \$36.000 olduğunu ortaya koymaktadır. Hatta hizmet işletmelerinin evlerde tesis olunmaları durumunda gereksinim duyulan sermaye miktarı daha da düşük olabilmektedir. Bu konuda ileri sürülen nedenlerden biri kadınların genelde hizmet sektöründe etkinlikte bulunmalarından ötürü az finansmana ihtiyaç duymalarına karşılık, erkeklerin genellikle endüstriyel iş alanında faaliyette bulunmaları nedeniyle daha çok finansmana gereksinim duymalarıdır (Şekerler, 2006).

Kadın ve erkek girişimciler arasında bir diğer karşılaştırma ise; Hisrich 2014 tarafından yapılmıştır.

Tablo 2: Hisrich 'e göre Kadın Girişimci ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Karakteristik Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Güdülenme	<ul style="list-style-type: none"> Başarı, bir şeyler yapmaya duyulan arzu Bireysel bağımsızlık Kontrolü elinde tutma isteğinden kaynaklanan iş tatmini 	<ul style="list-style-type: none"> Başarı, hedefin elde edilmesi Bir işi tek başına yapmakla kazanılan bağımsızlık Önceki işe duyulan engellenme duygusundan kaynaklanan iş tatmini
Hareket Noktası	<ul style="list-style-type: none"> Bulunan işten tatminsizlik Yükseköğretimde iken veya eski işinde iken bu yeni işle az da olsa ilgilenmiş olma İşten atılma, işten çıkma Kazanma fırsatı 	<ul style="list-style-type: none"> İşte engellenme duygusu Pazarda fırsat algılama ve bununla ilgilenme Kişisel şartlardaki değişim
Fon Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Bireysel birikimler Banka veya yatırımcılar Arkadaş veya aileden borç 	<ul style="list-style-type: none"> Bireysel birikimler, varlıklar Şahsi borçlar
Mesleki Geçmiş	<ul style="list-style-type: none"> Ücretli iş deneyimi Tanınmış bir uzman veya alanda üst düzey başarı kazanma Farklı iş alanlarında deneyim. 	<ul style="list-style-type: none"> İş alanında orta düzey yöneticilik Hizmet sektöründe çalışma

Tablo 2'nin Devamı: Hisrich 'e göre Kadın Girişimci ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Kişilik Özellikleri	<ul style="list-style-type: none">• İkna edici• Hedef odaklı• Yenilikçi ve idealist• Üst düzeyde kendine güven• Meraklı ve enerjik kendi işinin sahibi olma arzusu	<ul style="list-style-type: none">• Esnek ve hoşgörülü• Hedef odaklı• Yaratıcı ve gerçekçi• Orta düzey kendine güven• Meraklı ve enerjik• Toplumsal ve ekonomik çevre ile mücadele etme kabiliyetine sahip
Özgeçmiş	<ul style="list-style-type: none">• 25-35 yaş aralığında iş kurma• İşletme sahibi bir babanın olması• Üniversite eğitimi işletme veya teknik alanda• Ailedeki ilk çocuk olma	<ul style="list-style-type: none">• 35-45 yaş aralığında iş kurma• Babanın da işletme sahibi olması• Üniversite eğitimi• Ailedeki ilk çocuk olma
Destek Grupları	<ul style="list-style-type: none">• Arkadaşlar, profesyonel yakınlar (avukat, finansal danışman)• İş çevresinden arkadaşlar• Eş	<ul style="list-style-type: none">• Yakın arkadaşlar• Aile• Profesyonel meslekteki kadın grupları• Ticaret kuruluşları
İlk İş Tipi	<ul style="list-style-type: none">• Üretim veya inşaat sektörü	<ul style="list-style-type: none">• Hizmet sektörü• Eğitim – danışmanlık• Halkla ilişkiler

Kaynak: Hisrich, 2014

Yukarıda tabloda yer alan bilgilere göre girişimcilikte güdülenme faktörüne bakıldığında kadın girişimcilerin bir şeyleri ispatlama, erkek girişimcilerin ise bir şeylere egemen olma isteği içinde olduğu söylenmektedir. Kadın girişimciler iş hayatında karşılaştıkları engelleri aşma düşüncesi ile hareket ederken, erkek girişimciler iş hayatında tatmin aramaktadır. Kadın ve erkek girişimciler arasında fon kaynakları genellikle aynıdır. Kişilik özelliklerine bakıldığında ise kadın girişimcilerin iş düzeyinde daha az hırslı oldukları, daha emin adımlarla ilerlemek istedikleri ve ekonomik koşullarla mücadele etmek istedikleri; erkek girişimcilerin de daha hırslı oldukları ve tamamen kendi işinin patronu olmak istedikleri gözlenmektedir.

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla daha yüksek seviyede girişimcilik özelliklerini taşıdıklarına yönelik algıları varken, aslında kurdukları işi devam ettirirken yaşadıkları sosyal çevrenin daha fazla desteğine ihtiyaç duymaktadırlar (Tahtalı, 2018).

Her iki girişimci kategorisi ilk çocuk olmasına rağmen kadınların iş hayatına atılmaları erkeklere göre ortalama 10 yıl daha geç olmaktadır. Bunun sebebi de kadınlara toplumda yüklenen farklı rollerini yerine getirme beklentisinden kaynaklanmaktadır. Destek grupları birbirine yakındır. İlk iş tipinde kadın

girişimcilerin daha çok hizmet sektöründe yer alarak daha az risk almak istedikleri, erkek girişimcilerin ise üretim sektöründe yer alıp daha fazla risk aldıkları gözlenmektedir.

Kadınların erkek bireylere göre karakter özellikleri daha farklı olmaktadır. Kadınların erkeklere oranla bütünsel, işbirlikçi, danışıcı nitelikleri daha çok olmaktadır. Bu zellikler finansal anlamda başarılı hale gelmelerine destek olmaktadır. Başarılı kadın girişimciler amaçlarına ulaşabilme niyetiyle seçtikleri alanda etkinlik gösteren başarılı, eğitimli ve deneyimli bireyler ile ilişki kurarak karşılaşma olasılıkları olan problemleri daha önceden belirleyerek tuzağa düşmelerini azaltmaktadır (Ersoy, 2018).

Kadın girişimciliğin ülke ve dünya ekonomisine katkısı da yadsınamaz. Mc Kinsey & Company 2015 raporuna göre dünyada kadın istihdamının %1 artması halinde GSH 80 milyar USD artacak ayrıca 2025 yılına kadar cinsiyet eşitliği tam olarak sağlanabilirse bugünkü Amerika ve in'in ekonomilerine eşdeğer bir büyüklük olan 25 trilyon USD dünya ekonomisine katkı sağlanabilecektir. Bununla birlikte ülkemizde kadın ve erkeğin ekonomiye eşit olarak katılımı sağlanabilse kişi başına düşen GSMH %30 daha fazla olacaktır (KAGİDER, 2018).

2.4. Kadın Girişimcilerin zellikleri

1976 yılında Eleanor Brantley Schwartz tarafından yazılan “Entrepreneurship: A new female frontier” başlıklı makalesini, kadınların iş yaratımı üzerine yazmıştır. Yazar, kadınlar için bir iş yaratma konusundaki temel motivasyonun, erkeklerle aynı olduğu sonucuna varmıştır: başarı ihtiyacı, bağımsızlık, ekonomik ödül ve iş tatminidir.

Ancak, 1980'lerden önce başarı ihtiyacı ile iş motivasyonu arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalar, araştırma konusu olarak kadınları temel olarak görmezden geliniyordu. 1980'li yıllarda, ilk olarak Kessler ve McKenna tarafından kullanılan “cinsiyet” teriminin daha yaygın bir şekilde kullanılmaya başlandı. O yıllardan sonra cinsiyet kavramı, toplumsal, ekonomik, sosyal, politik ve kurumsal gerçekliği analiz etmek için bir yaklaşım olarak akademik çalışmalarda benimsenmiştir (Akehurst vd., 2012).

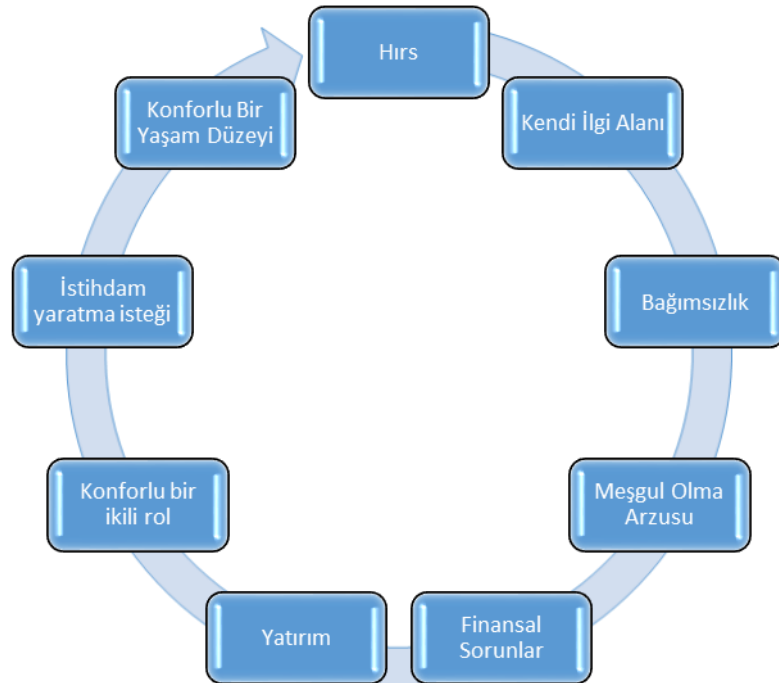
1980'lerden bu yana, işletme sahipleri arasında cinsiyet farklılıklarını

vurgulayan ve kadın girişimcilerle ilgili sorunları analiz eden çalışmalar; kadın girişimcilere ait firmaların özellikleri (Cuba vd., 1983), kadın girişimcilerin işletme yaratma girişimi için motivasyonları (Cromie, 1987), girişimcilerin faaliyete başlamadaki ve faaliyetlerin önündeki engellere ilişkin değerlendirmeler (Pellegrino ve Reece, 1982), kişisel özellikleri (Hisrich ve O'Brien, 1981), firmayı yönetme şekilleri (Hisrich ve Brush, 1984), kadın girişimcilerin yoğunlaştıkları faaliyet sektörleri, finansal stratejileri, büyüme modellerini (Park vd., 2011) ve kadın girişimciler için başarının belirleyici faktörlerini (Hisrich ve Brush) inceleyen çalışmalar ortaya çıktı.

Kadın girişimciliğine yönelik yapılan bu farklı çalışmalar, kadın girişimciyi geleneksel ya da standart teoriden bağımsız bir çalışma alanı olarak, kadın girişimciler ve erkek girişimciler arasında bir kıyaslamaya adanmış niteliktedir (Akehurst vd., 2012).

Literatürde yer alan araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerin özelliklerinin sıralayacak olursak Dhillon ve Malhotra'nın araştırmasına göre kadınları girişimciliğe yönlendiren güdüler şu şekilde yer almaktadır (Dhillon., 1993).

Şekil 3: Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Güdüler



Susanne Jalbert ise “Kadın Girişimcilerin İş Hayatında Global Yükselişi” isimli çalışmasında kadın girişimcilerin özelliklerini şu şekilde sıralamıştır (Jalbert, 1999);

- Cesurluk eğilimi
- Yüksek enerji seviyesi
- Kişisel güdüler
- Evli ve ilk çocuk
- Kendi işi olan ebeveny
- Sosyal beceriklilik
- Finansal rekabet
- Bireysel ve genel yönetim kabiliyetleri

Ayrıca kadınlar yeni bir işletme oluşturmayla birlikte, işletmeyi geliştirme ve başarılı bir organizasyon haline getirme hususunda daha uzun süreli düşünmekte; iş yerinin nitelik ve standartları, hizmet kalitesi ve iş yerinin pazarda itibarlı bir kuruluş olarak yer edinmesi konularına da daha fazla önem vermektedirler (Kutlu, 2006).

Girişimci ruhuna sahip olan kadınların bir kısmı ekonomik bağımsızlığını kazanmak istediği için bu yola başvururken büyük bir kısmı da psikolojik olarak kendisini iyi hissetmek ve bu dünyada var olduğunu belli edebilmek adına çalışmalarına yön vermektedirler (Ar, 2018).

1987’de ise Dorothy P. Moore yaptığı araştırmada kadın girişimcileri geleneksel ve modern olmak üzere iki gruba ayırmaktadır. Yaşanan değişimi açıkça ortaya koyan bu çalışmaya göre 1945 ile 1970 arası dönemdeki kadın girişimcileri geleneksel kadın girişimciler, 1970’lerden sonraki dönemdeki kadın girişimcileri modern kadın girişimciler olarak tanımlamıştır. Geleneksel ve modern kadın girişimciler aşağıda tablo 3’te görülmektedir (Moore, 1987).

Tablo 3:Geleneksel ve modern kadın girişimciler

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

Kaynak: Necla Arat, Türkiye’de Kadın Girişimcilik, Ankara, Tes-Yayınları, No.7, 1993.

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi geleneksel veya ilk kuşak kadın girişimci profili ele alınmıştır. Geleneksel girişimci 35-55 yaşları arasında, evli olup bir ailesi olan bir kadın tipidir. Ulusal ortalamanın bir hayli üstünde bir eğitim düzeyine sahiptir. Eğitimleri daha çok sanat ve beşeri bilimlerdir. Aile üyelerinden biri de serbest çalışmaktadır. Geleneksel girişimci işletmenin başındadır ve bu onun ilk iş deneyimidir. İlk işe başlama sermayesi kişisel tasarrufları ve sahip oldukları varlıklardır. Çalışma amaçları ek gelir sağlamaktır. Rol modelleri ise engelleyicidir.

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

Birden çok boyutu bulunan bir kavram olan girişimciliğin ekonomik, psikolojik ve işletme yönetimi gibi konuları kapsayarak her türlü işletmede gerçekleştirilebilmesi olasıdır. Girişimcilik, modern ve geleneksel bütün iş alanlarında, gerek küçük gerekse büyük ölçekli işletmelerde ve farklı mülkiyet yapıları içinde geçerli bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Girişimcilik çoğunlukla girişimci kişinin bakış açısından incelenilmektedir (Ağca, 2005). Günümüzde hem erkekler hem de kadınlar girişimcilik olgusuna ilgi duymaktadırlar. Bu sebeple çalışmanın bu bölümünde konu kadın girişimciler yönünden incelenilecektir. İçinde bulunduğumuz yıllara kadar girişimciliğin araştırıldığı konuların pek çoğu erkekler üzerinde yapıldığından, girişimciliğin genel olarak erkek bireyler için geçerli olduğu fikri hakim olmuştur. Fakat kadın bireylerin meslek hayatında yer edinmesi ile girişimcilik tipine yeni bir pencere açılmıştır.

Kadın girişimciliği birbirinden farklı iş kollarını ve değişik büyüklükteki etkinlikleri kapsadığından, homojen bir grup ya da kategori oluşturmaz. Kadın girişimciliği genel bir kavram olup, bu başlık içerisinde çeşitli meslek kollarında, farklı işyeri örgütleri tipinde ve çeşitli statülerde çalışan kadınları bir araya getirmek mümkündür. Bilhassa son senelerde toplumsal, politik ve ekonomik değişim kadınlar adına bazı fırsatlar oluşturarak iş hayatında daha çok yer edinmelerine olanak sağlamıştır. İçinde bulunduğumuz yıllarda gün geçtikçe çoğalan sayıda kadın hukuk,

işletmecilik, mühendislik ve bilgisayar programlarında öğrenim görmektedir. Bu durum gelecekte daha çok sayıda kadının kendi işletmelerini kurma konusunda gerekli kabiliyet ve güveni kazanacaklarını göstermektedir (İlter, 2008).

Kadın girişimcilerin erkeklere göre göstermiş oldukları farklılıkların, kadınların içgüdüsel ve fikirsel özelliklerinden olabileceği söylenebilir. Ya da bu farklılıkların tamamen beyin mekanizmasının kadınlarda farklı dışavurumundan kaynaklandığı da varsayılabilir. Wonder ve Donovan araştırmalarında, beynin sol kesiminin egemen yarım küre, sağ tarafın da buyurgan olmayan bölüm olduğunu belirtmişlerdir. Beynimizin rasyonel olan sol yarım küresi daha erkeksi fikir kalıpları ve becerileri barındırmasına karşın, sağ yarım küresi ise kadınsal temelleri içermektedir (Wonder ve Donovan, 1985). Beynin sol ve sağ yarım kürelerinin özellikleri Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4: Beynin Sol ve Sağ Bölümleri

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

Kaynak: Wonder ve Donovan, 1985

İş hayatında kadınlar çoğunlukla, beynin sol kesiminin özelliklerine odaklanarak, liderliğin daha yumuşak ve kadınsı yanını geliştirmeyi göz ardı etmekte ve beynin sağ yarım küresinde bulunan gücü kullanmaktan mahrum kalmaktadırlar. Halbuki bu özellikler gerek kadınlar gerekse erkekler adına başarılı bir meslek hayatının yol göstericisi olmaktadır. Meslek hayatında başarıya erişmiş ve bunu devam ettirebilen az sayıda kadın, dişiliğe dayanan becerilerin önemini ve gücünü kanıtlamaktadır. Fortune dergisinde son iki senede iş yaşamındaki en güçlü elli kadın olarak adı bulunanların özelliklerine bakıldığında, girişken ve korkusuz oldukları görülmüştür. Fakat bu bireyleri gerçekte öne çıkaran özellikleri bu erkeksi niteliklerini kadınsı yetenekleriyle bir araya getirmeleri olmuştur. Onlar, organizasyonlarının ve meslektaşlarının gelişmesini katkıda bulunmuşlar, iyi derecede iletişim kurmuş, ilişkiler oluşturmuşlar, soğuk çalışma ortamına tutku ve duygu sağlayarak girişimlerinin varlığında ve geleceğinde değişim yaratmışlardır (İlter, 2008).

2.5. Kadın Girişimci Profili

Günümüzde pek çok kadının girişimciliğe eğilim duyarak kendisine bir işletme kurması kadın girişimcilerin sayısında artışa neden olmuştur. Kadın girişimcilerin sayısının artmasıyla genel özellikleri de şekillenmeye başlamıştır.

ABD, Kanada, İngiltere’de yapılan araştırmalar ve istatistikler kendi işini kuran kadınların her geçen gün arttığını, artık işletmelerin erkeklerce kurulması geleneğinin yıkıldığını göstermektedir. Sayılardaki bu hızlı yükseliş şüphesiz kadınların iş hayatına büyüyen katılımlarıyla alakalıdır (Çelebi, 1997).

Özellikle bazı ülkelerde belli bir kadın girişimci tipi ortaya koymaya yönelik ilginç araştırmalar bulunmaktadır. Bunlardan ilki ABD’de Schreier ve Schwartz’ın yaptığı araştırmalarıdır. Bu araştırmalar; kadın girişimcilerin büyük bir kısmının erkeklerle ortak iş yaptıklarını ancak iş yeri patronlarının kadın bireyler olduğunu ve bu kadınların esas olarak geleneksel kadın işlerini yansıtan hizmet sektörü alanlarında etkinlik gösterdiklerini saptamıştır. Yine bu araştırmalarda kadın girişimcilerin hizmet sektöründe yaygınlaştıkları ve onları is kurmaya motive eden sebeplerin erkeklerinkine benzer nedenler olduğu sonuçlarına da varılmıştır (Şekerler, 2006).

Çeşitli araştırmalarda, girişimcilerin pek çok ortak kişilik özelliklerine sahip oldukları ve bunların girişimcileri kendi işlerini oluşturma konusunda eyleme geçirdiği tespit edilmiştir. Bunlar; başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi ve bağımsızlık arzusudur.

Bu niteliklerinin yanında, araştırmayı yapanlar bir kadının başarılı bir girişimci olabilmesi amacıyla şu gibi özellikleri barındırması gerektiğini belirtmişlerdir: Doğru kararlar verebilme, gelecek planlaması yapabilme, zamanı iyi kullanabilme.

KAGİDER 2018 verilerine göre Türkiye’deki kadın girişimci profilindeki bazı istatistikler şu şekilde sıralanabilir:

- %61’i lisans ya da yüksek lisans eğitimine sahip,
- %72’si evli,
- %84’ünün geçmiş bir iş tecrübesinin olması,
- %45’i 25-34 yaş aralığında; %32,9’u 35-44 yaşları arasında işini kuruyor,
- %31’i bağımsız kişilikler, kararlı ve azimli; %25’i kendine güveni yüksek.

2.5.1. Karakteristikleri

Kadınlara ait işyerleri; kadın girişimcilerin karakteristik özellikleri ile paralel olan özelliklere sahip olmaktadır. Kadın girişimciler çalışma yaşamında; iş hayatının kalitesine özen gösteren, kalite odaklı olan, yaratıcılığı, esnekliği, organizasyon yönetiminde insanî odaklı olan, yöneticilikte toplumsal ve kültürel amaçlara maddi olan amaçlar kadar özen gösteren bir yaklaşım bütününe sahiptirler.

Kadın girişimciler erkek girişimcilerden çok mu farklıdır? Araştırmalar çok farklılıklarının bulunmadıklarını gösteriyor. Örnek olarak her iki cinsiyet girişimci de bağımsızlığa erişebilmek ve başarılı bir girişimci olabilmek için gerekli istekle motive olur. Olayların çoğunda iki grupta, geçmiş girişimin hayal kırıklığı veya tatminsizliğinden etkilenir. Her iki grup girişimci de, işletmelerini başlatmak adına kişisel varlık ve tasarruflarına çok derin bir şekilde bağlıdır. İki girişimci grubun değerleri, rekabette daha yukarı sıraya ulaşmayı sağlayacak güç ve ekonomik sonuçlara duyulan arzudan dolayı benzerdir. Diğer bir yandan her iki grup karakteristikler bakımından bazı yönlerden birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Kadınların faaliyetlerine sıklıkla kafaları yerine kalpleri tarafından ivme verilmesi, özel olarak kadın girişimcilerin bir özelliğidir. Kadınlar bir şeyi çok iyi yapmak, pek çok insanı etkileyen bir problemi çözmek isterler. Bu tür kadınların amacı güç, varlık veya maksimum karlılık değildir. Bunun yerine bir problemi çözmek, çare bulmaktır. Ekonomik gereksinim karşılandıktan sonra aşırı karlılık, kadın girişimcilerin çoğu tarafından esas amaçtan çok, dış başarı ölçüsü olarak görülmektedir. Her iki grup girişimci de, yüksek bir enerjiye sahiptir. Kadın girişimciler genellikle faaliyet yönelimlidirler ve işin yapılmış olmasından büyük bir tatmin sağlarlar. Erkek girişimciler yaklaşımlarında daha baskın olmaya doğru bir eğilim taşırlar, kadınlar ise daha toleranslı ve esnektir. Kadında uzlaşma ve paylaşma eğilimi erkeğe göre daha çoktur. Erkekler daha idealist, kadınlar ise daha gerçekçidirler. Erkek girişimciler riske atılma konusunda daha cesaretlidirler (Sipahi, 1997).

Tablo 5: Başarılı Girişimci Kadınlarının En Belirgin Üç Özelliği

Özellikler	(%)
Hırslı	13.73
İş-yaşam dengesini kurabilen	8.10
Lider ruhlu	6.77

Kaynak: Şahin, 2006

Tablo 6: Başarılı Girişimci Kadınlarında En Az Görülen Üç Özellik

Özellikler	(%)
Duygusal	0.70
Sabit fikirli	0.73
Espritüel	1.07

Kaynak: Şahin, 2006

2.5.2. İş Kurma Nedenleri

Ülkelerin sosyal yapılarında olan hızlı değişme ve gelişmeler, yaşamın pek çok alanını olduğu gibi çalışma yaşamını da etkilemektedir. Her geçen gün iş dünyasında erkek egemenliği sarsılmaya ve kadınlar hızla artan bir şekilde bu alanda kendilerini kanıtlama imkanlarını bulmaya başlamışlardır. Kadınlar artık geleneksel “eş”, “anne” rolleriyle yetinemeyeceklerinin farkına varmaktadır. Bu farkındalık kadını, iş hayatına itmektir.

Türkiye’de kadın girişimcilik etkinlikleri temel olarak yapısal uyum politikalarının etkisine ve azalan ev gelirlerini arttırmaya yönelik geliştirilen “kadınların kendi başlarına küçük işletmeler açma girişimlerine” dayanmaktadır. Kadınların hem haneye ek gelir elde etmek hem de maaşlı işlerde çalışma olanaklarının fazlaşması kadınların ekonomik etkinliklere giriş sürecini hızlandırmıştır. Ancak ülkemizde özellikle başvurulan mesleklere uygun deneyimi bulunmayan kadınların iş edinme fırsatlarının son derece zor olması nedeniyle mecburi olarak kadınları kendi işlerini kurmaya yönlendirmektedir (Soysal, 2010).

1990-2000’li yıllarda siyasal, ekonomik ve toplumsal nedenlerle küçük girişimciliğin çoğaltılması ve bununla beraber geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yeterliliklerinin sağlanması yönündeki meyiller ve bunları destekleyici uygulamalar gün geçtikçe artmıştır. Aynı zamanda devletlerin, kadınları yerel ekonomiye ivme kazandırmasının bir aktörü olarak nitelendirmesi de kadınları girişimciliğe yönlendiren uygulamalardan birisidir. Devletlerin uyguladığı bu politikada potansiyel kadın girişimcilerin yönlendirilmesi, özendirilmesi ve güçlendirilmesi savunulmaktadır (Demir, 2015).

Literatür de kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörler iki başlık altında açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlardan biri kadınları yaşanan olumsuz durumlar

neticesinde girişimciliğe mecbur kılan “iten faktörler”, diğeri de ekonomik kazanç ve kişisel başarı gibi sebepler sonucunda girişimciliği cazip hale getiren “çeken faktörler” dir (Aktaş, 2015).

Tablo 7: Kadınların Girişimci Olma Nedenleri

Girişimci Olmaya İten Etkenler	Girişimci Olmaya Çeken Etkenler
Az gelir	Bağımsızlık arzusu
Mevcut mesleğin bireyi memnun etmemesi	Kendi kendine yetebilme isteği
Yetersiz İş Olanakları	Güç sahibi olma
Yoğun Çalışma Saatleri	Gelir elde etme
Cinsiyet Ayrımcılığı	Sosyal Statü kazanma
Boşanma	Kendini gerçekleştirme ihtiyacı

Girişimcilik faaliyeti aslında tek başına kadınları kendi işyerlerinin sahibi olmaya motive eden bir faktördür. Dünyada meydana gelen finansal krizler, işsizlik sayısındaki fazlalık ve boşanma oranlarındaki artış kadınları girişimciliğe itmektedir (Zeidan ve Bahrami, 2011).

İşletmelerde meslek edinmeye çalışma, kadın bireyler için sorun olmaya başladığında, girişimci stratejiler kadınların sosyal ve ekonomik bağımlılıklarının ortadan kalkmasına bir seçenek sunmaktadır. Diğer bir yandan iş güvencesi bulunmadan çalışma, maliyet unsuru olarak görülüp kriz dönemlerinden işine son verilme riski, tayin edilme ve adaletsiz tutumlarla (terfi, maaş vb. gibi yönlerden) karşı karşıya gibi durumlar, kişileri çalışmakta oldukları iş yerlerinden ayrılarak girişimci olmaya yöneltmektedir. Diğer bir neden de kapitalist ekonomilerde, etnik ve dini azınlığın içinde bulunanlar, finansal kaynak biriktirmenin ve şahsi başarı kazanmanın bir yolu olarak genellikle kendi işletmelerini kurmayı seçmektedirler. Girişimci bir kadın olmak kişisel anlamda, bireye çalışma hayatında başka çalışma biçimlerine göre daha çok bağımsızlık, özgür hareket etme ve özerk olma olanağı sağlamaktadır. Öte yandan bu durum kadının, işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları en verimli şekilde kullanma, başka kişiler ile bağlantı kurma, işte edindiği tecrübeleri verimli alanlara yönlendirme gibi yönlerini de geliştirmektedir (Ecevit, 1993).

Türkiye’de kadınların iş kurma nedenlerini açıklayamaya yönelik literatürde yapılan çalışmalarda Çakıcı’nın (2006) Mersin’de 160 kadın müteşebbis üzerinde

yapmış olduğu çalışmada; gelir kazanmak, bağımsız çalışma ve sosyal yaşam sürme arzuları gibi etmenlerin ön planda olduğu belirlenmiştir. Fidan ve Yılmaz (2006) Sakarya’da 60 girişimci kadın üzerinde yapılan araştırma neticesinde kadınları girişimci olmaya yönlendiren sebepler, aile geçiminden mesul olmak, eşin etkisiz durumu-sağlık problemleri ve çalışamaz özelliği, maaşlı ve mesai gerektiren mesleğe eşin müsaade etmemesi, özgürlük ve bağımsızlık arzusu, eğitimini ve bilgisini değerlendirme isteği, iş bulamama gibi pek çok neden bulgulanmıştır. Çelik ve Özdevecioğlu’nun (2001) Nevşehir’de yaptıkları başka bir çalışmada ise, kadınların girişimci olmalarında en çok aileye ek maddiyat sağlamak, eşin vefat etmesi, kendini kanıtlama ve önceki iş deneyimlerinin ticari hayata aktarılması gibi etmenlerin etkili olduğu saptanmıştır.

2.5.3. Kadın Girişimcilik Tipleri

Goffe ve Scase 1985 yılı çalışmasında kadın girişimcileri iki faktöre bağlı olarak dört değişik girişimci kadın tipini tanımlamışlardır. Bu faktörlerden birincisine göre girişimci kadınlar bireysellik ve kendine güven öğelerini benimseyen geleneksel girişimcilik eğilimindedirler. Diğer faktör ise kadın girişimcilerin erkek yöneticilerin astı pozisyonda olmayı kabul eden geleneksel cinsiyet rolünü içermektedir. Kadın girişimcilik tipleri Tablo 8’ de gösterilmektedir.

Tablo 8: Kadın girişimci Tipleri

		Geleneksel cinsiyet rollerine bağlı	
		Yüksek	Düşük
Girişimci İdeallerine Bağlı	Yüksek	Geleneksel (1)	Yenilikçi (2)
	Düşük	Evcil (3)	Radikal (4)

Kaynak: Köşker, 2004

Kadın girişimcilik tiplerinden birincisi, hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı oranda yerine getirmeye çalışarak iş-aile vazifelerini dengeleyen ve işini de fazla geliştirmeyi amaçlamayan “geleneksel girişimci” tipidir. Bu tipte olan kadın girişimciler, genellikle bakım evine, restoran işletmesine, yemek fabrikasına ve kuaför salonuna sahip olmaktadır.

Kadın girişimcilik tiplerinden ikinci olarak ise, girişimcilik ideallerini toplumsal cinsiyet rollerinin çok da üstünde tutmayan ve bununla birlikte öncelikli hedefleri işletmesinin büyümesi olan “yenilikçi girişimci” tipidir. Bu gruba dahil olan yenilikçi girişimci tipinde olan kadınlar reklam ajansları, halkla ilişkiler ve basın işletmeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Kadın girişimcilik tiplerinden üçüncüsü, geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üzerinde bulunduran ve girişimciliği ek bir meslekmiş gibi gören “evcil (domestik) girişimci” tipidir. Bu tip girişimci kadınların işlerini geliştirmek ya da pazarda söz sahibi olma gibi hedefleri yoktur. Bu grup içinde bulunan kişiler müşterileriyle düzenli, uzun dönemli ve küçük ölçekli işler yapmaktadırlar.

Son olarak ise aile ve iş dengesini oluşturmaktan daha çok kadınların ikinci plana atılmalarını engellemeyi hedefleyen ve mesleğini de bu amaca yönelik bir araç olarak yapan ‘radikal girişimciler’ tanımlanmıştır. Bu durumda girişimler kadın hareketleriyle alakalı perakende satış, basın ve yayın, eğitim-öğretim ve küçük ölçekli üretim gibi farklı iş kollarında olmaktadır (Kutunis, 2003).

Bu yaklaşıma literatürde belli başlı bazı eleştirilerde de bulunulmuştur. Eleştirilerin bir bölümü kadın girişimcilerin analizi için girişimcilik idealleri ve geleneksel cinsiyet rollerinin yeterli kapsamda olamadığını, bunlara ek olarak kadınların sosyo-ekonomik durumunun da eklenmesinin gerektiğidir. Öte yandan kadının ilk baştan erkeğin astı durumunda olmasının kabullenilmesinin de hatalı bir öngörü olduğunu savunmaktadır. Başka bir eleştiri de girişimci kadınların heterojen bir grup olduğu ve bu dörtlü ayrımın girişim sahibi olma ile ilgili iki önemli özelliği atladığı görüşleri üzerine kuruludur. Söz konusu bu iki özellikten birincisi, organizasyonların zaman içinde küçülüp, büyüyebileceği, birtakım anlaşmalar yaparak değişebileceği düşüncesinden yola çıkarak girişim sahibi olmanın çok dinamik ve sık dalgalanmaları barındıran bir süreç olduğunu savunmaktadır. Diğer özellik ise evcimen olarak başlayan bir müteşebbisin zaman içinde ve elde ettikleri deneyim neticesinde yenilikçi bir girişimci olabileceği ile alakalıdır (Kutunis, 2006).

2.6. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Türkiye’deki toplumsal ve kültürel yapısı incelendiğinde, büyük şehirler ve sahil kentleri Avrupa’ya yönelimliyken, doğu kesimlerde ve küçük beldelerde

geleneksel yapı hakimdir. Bu sosyo-kültürel farklılıklar kadın girişimcilere çeşitli olanaklar veya kısıtlamalar getirmektedir. Gelişmiş ve modern şehirlerde dahil girişimci kadınlar birçok sosyal ve kültürel sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Bunun sonucunda da toplumun kadın girişimcilere olan geleneksel bakışından etkilenmektedirler.

Kadın girişimcilerin sorunları ana hatlarıyla makro ve mikro boyutta incelenmektedir. Makro sorunlar devlet, kanunlar ve sektörle ilgili durumlardan kaynaklanmaktadır. Mikro sorunlar ise genellikle kadın girişimcilerin yakın çevreleri ve kendilerindeki birtakım özelliklerden kaynaklanmaktadır (Kutanis, 2006).

2.6.1. Mikro Sorunlar

Kadın girişimcilerin mikro boyutta yaşadığı sorunların başında gerek temel gerekse girişimcilikle ilgili eğitim almamaları yer almaktadır. Toplumdaki geleneksel rol dağılımından dolayı iş piyasasında yeteri kadar tecrübeye sahip olamamaları, çıraklık eğitimi ya da mesleki eğitimlerden gerekli seviyede yararlanamamaları kadınların yetenek ve deneyim edinmelerine engel olmakta ya da geciktirmektedir.

Deneyim eksikliği, kendi isini kuran kadınların karşısına önemli bir problem olarak çıkmaktadır. Toplumsal yasama daha az katılma nedeniyle kadınların is hayatına ilişkin deneyimleri, erkeklere nazaran eksik olmaktadır. Kadın girişimcilerin, geleneksel olmayan faaliyet alanlarına girişleri kolaylaştıracak kadar is tecrübeleri ya çok az olduğu ya da hiç olmadığı için erkeklere göre, daha fazla risk almaktadırlar. Erkekler genellikle kurdukları işlerle ilgili olarak, is tecrübelerine sahip bulunmaktadırlar. Bu noktada kadın girişimciler, olaya baslarken erkek girişimcilerin deneyimlerinden yararlanabilirler. Çünkü bir işe başlamanın avantajı olduğu kadar dezavantajı da vardır. Geri kalan önemli deneyimler isin başarısında büyük rol oynamaktadır. Ticari ve yönetsel tecrübelerin edinilmesi zor bir iştir. Karar verme, plan yapma ve mali yönetim gibi hususlarda tecrübe edinerek bilgi sahibi olmak zaman almaktadır. Bununla beraber sadece deneyim sahibi olmak, başarılı olmak için yeterli olmayabilir. Özellikle geniş ve karmaşık ticari işlemlerin ve ilişkilerin bulunduğu iş dallarında iş dünyasına girilmeden önce, deneyimin iş insanı bakış açısıyla edinilmesi gereklidir. Ticari deneyim kazanmada, bireylerin her şeyi kendi başlarına öğrenmek yerine diğer insanların tecrübelerinden yararlanarak öğrenmeleri zaman tasarrufu ve harcanılan çaba açısından önemlidir.

Kendine güven ve üstünlük duygusu insanı başarıya götüren tarzların en önemli öğelerindedir. Güven duygusu, kadının doğasında vardır. Ancak onu ortaya çıkaracak kişi, önce anne-baba ve öğretmen daha sonra eş, patron vb. olacaktır. Eğer kadın her duruma karşın, kimseye ihtiyacı olmadan kendi ayakları üzerinde durmabilmek için, içindeki engelleri aşmış ve özgüvenini kazanmış ise ilk adımı atmış demektir (Koç, 2005).

Kadın girişimcileri bir diğer önemli sorunlarından biri de çevre ve aile baskısıdır. Bekar girişimci kadınların aileleri, bu bireyleri çoğunlukla desteklerken, yakın çevreleri de çalışma hayatının aile kurmaya engel teşkil edeceğini vurgulayarak olumsuz görüşlerini belirtmektedirler. Evli kadınların ise eşleri tarafından desteklendiği zaman girişimlerini gerçekleştirme fırsatı bulmaktadırlar. Ancak diğer taraftan da ev ile ilgili organizasyon ve düzeni sağlamak şartıyla çalışma hayatlarına devam edebilecekleri kanısının olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle kadınların omuzunda çifte yük bulunmaktadır. Bunun sonucunda da kadın girişimciler daha çok çocuklarını büyüttükten sonra girişimlerini kurmaktadırlar.

Kendinden ve aileden kaynaklanan problemleri çözüme ulaştıran kadının karşısına bu defa da iş dünyasındaki diğer bireylerden kaynaklanan birtakım "kalıplaşmış" problemler çıkabilmektedir. Cinsiyet ayrımı, yasalardan fazla, toplumların adetlerinden, kültürel özelliklerinden, önyargılardan, dini inançlardan kaynaklanmaktadır. Kadınların iş hayatına etkili bir biçimde katılabilmesi lider, yönetici, girişimci olabilmesi, ilk başta geleneksel cinsiyetçi ideolojiyi silmekle mümkün kılınabilecektir (Koç, 2005).

Mikro boyutta işletme sahibi olmak girişimci kadınlara belli bir ekonomik bağımsızlık sağlamaktadır. Ancak gelirlerin nasıl harcanabileceğine kimin karar verdiğine ise çoğunlukla eşler karar vermektedir (Kutaniş, 2006).

Tablo 9: Kadın Girişimcilerin Mikro Boyuttaki Sorunları

Eğitim	Sosyal bilgi ağına dahil olamama	Aile ve Çevresel Tepkiler
Tecrübe Eksikliği	Müşteri ile yeterli düzeyde iletişimi sağlayamama	İş Yükünün Fazla Olması
Müşterilerin ve erkek meslektaşların algılaması		

2.6.2. Makro Sorunlar

Kadın girişimcilerin makro boyuttaki sorunları çerçevesinde; finansal kaynak ve mal edinimi, işyeri bulma, donanım ve araç-gereç temini, resmi kuruluşlara erişim, tecrübesizlik, toplumun bakış açısı, iş bağlantıları, yetişmiş eleman temini, piyasadaki dalgalanmalar, ödemeler, diğer girişimci kadınlarla teşkilatlanma sorunları sıralanmaktadır.

Kendi işini başlatmayı hedefleyen kadının ihtiyacı olan finansal kaynak ya kendi varlık ve tasarruflarından ya da çevresinden elde edilir. Çevresi eş, yakın dostlar, akrabalar olabileceği gibi, bankalar, yatırımcılar veya başka finansman kuruluşları olabilir. Dış kaynak temininde en önemli kurumlar ise bankalardır. Ülkemizde girişimciliğin en önemli sorunlarından biri de, bankalardan yeterli ve uygun miktarlarda finansman ihtiyacının karşılanamamasıdır. Kredi veren kuruluş, müşterisi karşısında riskini en düşük düzeyde tutmak istemektedir. Ticari bankalar da riskten kaçan finansal kuruluşlar olarak, kredi taleplerini muhtemel risk taşıma düzeylerine göre değerlendirirler. Bu nedenle finansal kurumlar kredi verecekleri muhtemel müşterilerin kredi vermeye değer olup olmadığını araştırırken, başarısızlığa uğrama olasılığının yüksek olduğunu göz önünde tutmak suretiyle bir yandan da kredilerinin geri dönüşünü garantilemek isterler. Bankaların kredi vermeyi düzenleyici kurallarında cinsiyet ayrımı gözetilmez. Dünya Bankası'nın 1993 yılında üç devlet (Ziraat-Halk-Vakıflar) ve üç özel (İs Bankası-Sanayi Kalkınma Bankası ve Sanayi Yatırım Kredi Bankası) banka ile ilgili olarak yaptığı bir araştırmaya göre kadınlar, borç para alanların küçük bir kısmını oluşturmaktadır. Örneğin Ziraat Bankası'ndan kredi isteyenlerin sadece %3'lük bir kısmını kadınlar oluşturmaktadır (Koç, 2005).

2.7. Kadın Girişimciliğine Yönelik Politikalar ve Destekler

Kadınların iş yaşamında daha belirgin rol almaları ve ülke ekonomilerine katkı sağlamaları adına kadınlar desteklenmekte ve onlara özel farklı destek programları uygulanmaktadır. Özellikle özelleştirmenin sık bir şekilde yaşandığı ve devleti küçültme politikasının takip edildiği senelerden sonra girişimcilik ve/veya meslek hayatına atılma konusunda girişimci adayları gerek devlet gerekse sivil toplum kuruluşları tarafından desteklenmektedir.

Dünya genelinde kadın girişimcilere destek veren kuruluşlar Dünya Kadın Girişimciler Birliği, Kadın İçin Kadın Vakfı, Dünya Kadın Bankası, Kanadalı Kadın Yönetici ve Yatırımcılar Derneği (CAWEE), Kadın Girişimcileri Kuruluşu olarak sıralanabilir. Dünya Kadın Girişimciler Birliği Fransa'da 1946 yılında kurulmuş ve 1960larda 25 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki benzer kuruluşlarında katılımı ile küresel bir destek kuruluşu haline gelmiştir. Kuruluşun amacı uluslararası düzeyde kadınların bir araya gelmesiyle tecrübelerini paylaşması, aktivite geliştirilmesi ve bu amaçlarla seminerler ve kongreler organize etmektir. Siyasi ve dini yönü olanların dışında, her türlü ekonomik aktiviteye destek vermektedirler. Kadın İçin Kadın (Women for Women) vakfı özellikle Asya ülkelerinde ticaretle uğraşan kadınlarını çatısı altında birleştirerek, aralarında ticari bağlantılar geliştirilmesine yönelik uluslararası bir ağ kurmayı hedeflemektedir. Vakfın Amaçları (Eren, 1993);

- Kadınlar arasında bilgi, deneyim, düşünce ve teknoloji değişimi sağlamak,
- Kadınların meslek ve kişisel gelişimine katkıda bulunmak adına seminerler ve konferanslar düzenleyip, eğitim ve danışma hizmeti vermek,
- Ülkelerin gelişmesinde kadınların üretici pozisyonda daha çok yer edinebilmeleri için araştırmaları teşvikte bulunmak olarak sıralanabilir.

Merkezi Amerika'da olan Dünya Kadın Bankası 40 değişik ülkede 50 kardeş kuruluş ile kadınların ekonomik hayatta yerlerini alması için çalışmaktadır. Her ülkede milli bir banka ile yapılan anlaşma sonucunda, kendi oluşturdukları fonları kadın üretimci ve yatırımcılara dönük olarak kullanılmaktadır. Kanadalı Kadın Yönetici ve Yatırımcılar Derneği, üyeleri arasında yoğun bir bilgi ve dayanışma ağı kurmuştur. Aylık bültenlerinde eğitici ve bilgilendirici haberlere yer vermekte ve hükümet danışma kuruluşlarında yer almaktadır. Kendi aralarında uzmanlaşmak, belli bir branşta yetişmek isteyenlere açık çalışma ve eğitim kursları düzenlemektedirler. Kadın Girişimcileri Kuruluşu ise kendi işlerini en az 4 yıldır devam ettiren ve yöneten üyelerden oluşmaktadır. Amaçları hem üretim hemde hizmet alanlarındaki girişimci kadınları bir araya getirerek, bilgilerini birbirlerine aktarmak ve ticari ilişkilerini güçlendirmek, üyelerini hükümet kuruluşlarında temsil etmek ve gerektiğinde onları korumak gerektiğinde de desteklemektir. Bu kuruluş aynı zamanda, uluslararası bir kuruluş olan, Dünya Kadın Girişimcileri Kuruluşunun da Kanada milli üyesidir.

Benzer kuruluşlar, İspanya, İsveç, Fransa, Norveç, İrlanda, Hollanda, gibi bir çok ülkede de görülmektedir (Koç, 2005).

Türkiye’de kadın girişimcilik özellikle 1990’lı senelerden sonra desteklenmeye başlanmıştır, 1990’lı yılların başlarında ekonomik kazanç sağlamanın uygulanabilir yolları arasında kadınların küçük işletmeler kurması desteklenmiştir. 1990’lı yılların sonlarına doğru ise; kadınların iş hayatına katılımlarındaki büyük düşüş ve düşük istihdam oranı ile şehirlerde fakirliğin daha da derinleşmesi kadın girişimciliğin geliştirilmesi için başlıca nedenlerdendir. Ülkemizde girişimciliği hedefleyen birçok kadını bekleyen sorunlar bulunduğu gibi girişimci olan kadınlar da pek çok sorunlarla karşılaşmaktadır. Bunun yanında Kadın Statüsü Koruma Genel Müdürlüğü, KAGİDER (Kadın Girişimcileri Derneği), KOSGEB, TOBB, bankalar, vakıflar ve dernekler gibi hem resmi devlet kuruluşları hem de sivil toplum kuruluşları proje, danışmanlık ve kredi gibi pek çok konularda kadın girişimcileri desteklemektedir (İpçioğlu, 2012).

2.8. Dünya’da ve Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Mevcut Durumu

Tüm Dünya’da kadın girişimcilerin sayısı artmaktadır. Ancak artış oranı tüm ülkeler için aynı değildir. Bazı gelişmiş ülkelerde kadın girişimciliği çok düşük bir oranda büyürken, bazı gelişmekte olan bazı ülkelerde kadın girişimciliği çok hızlı bir şekilde büyümektedir.

2.8.1. Dünya’da Kadın Girişimcilik

Çeşitli ülkelerdeki kadın girişimcilerin büyümesindeki eşitsizliğin, toplumda hüküm süren sosyal ve ekonomik çevre algısındaki çeşitlilikten kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Kadınlar artık sadece anne, kız kardeşi, eş ve evlat yerel rolleri ile sınırlı değildir. Kadınlar artık siyasette, iş sektörlerinde ve girişimcilikte iş kadını rolünü de üstlenmektedirler (Adler, 2004).

Ekonomik bir faaliyet olarak girişimciliğe büyük ölçüde tüm dünyada erkekler hakimdir (Minniti vd., 2004). Dünya genelinde, kadınlara ait işletmeler iş nüfusunun üçte birini oluşturmaktadır. ABD ve Kanada’da tüm küçük şirketlerin yüzde 30’u kadınlara aittir ve yakın zamanda bu oranın yüzde 50’ye çıkacağı düşünülmektedir. Benzer şekilde Avustralya, Yeni Zelanda ve Almanya gibi ülkelerde de kadın girişimcilerin sayısında artış yaşanmıştır. Gelişmekte olan Asya, Afrika ve Latin

Amerika ülkeleri arasında yüksek oranda kadın girişimciliği gösteren ülkeler arasında Peru, Ekvador, Uganda, Nepal ve Kore yer almaktadır. Bununla birlikte, Toplam erken aşama girişimcilik faaliyeti (TEA), bir işletmeyi başlatma sürecinde olan (yeni başlayan bir girişimci) 18-64 yaş arası yetişkin nüfusunun yüzdesini veya anketin gerçekleştirildiği tarihten minimum 42 aydan önce yeni bir işe başlayanların yüzdesinin ifade etmektedir.

Gem 2017/2018 Global Report'a göre "Erken evre girişimcilik faaliyetlerinin cinsiyet dağılımı" incelendiğinde küresel olarak, kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranı, 2016/2017 yıllarında GEM anketine katılan aynı ülke (48) ülkesine kıyasla %6 oranında artmıştır. Dünya'da Kadınların TEA oranlarının en yüksek olduğu bölgeler %16,7 oranıyla Latin Amerika ve Karayipler, ikinci sırada ise %12,8 oranıyla Kuzey Amerika bölgesidir. En düşük ortalama kadın TEA oranı ise, Avrupa Bölgesindeki girişimcilerdir. Sadece 3 ekonomide, kadınlar erkeklerden eşit veya daha yüksek girişimcilik oranlarına sahip: %28,7 Ekvator, %21,7 Vietnam, %19,8 Brezilya (GEM, Global Report 2017/18).

Geçmiş yıllarda olduğu gibi, 2017 yılında da erkeklerin kadınlara göre girişimcilik faaliyetinde bulunma ihtimalinin daha yüksektir (GEM, Global Report 2017/18).

Gelişmiş ülkeler arasında Avusturya ve Belçika, erken aşamadaki kadınların girişimcilik faaliyetlerini en düşük seviyede göstermektedir (Pandey vd., 2013).

Tablo 10: Ekonomik gelişme aşamalarının, 54 ekonomide cinsiyete göre erken aşamada girişimcilik faaliyetine yönelik ortalamaları

Ekonomik Gelişim Düzey Grupları	Kadın erken aşama girişimcilik etkinliği (yetişkin kadın nüfusunun %'si)	Erken dönem kadın / erkek girişimcilik etkinliği oranı	Kadın erken dönem girişimcilik etkinliği gerekliliği (kadın erken evre girişimcilik faaliyeti ihtiyacının % 'si)	Kadın / erkek erken dönem girişimcilik etkinliği gerekliliği oranı
Factor-driven	16.2	1.00	23.2	1.00

Tablo 10'un Devamı: Ekonomik gelişme aşamalarının, 54 ekonomide cinsiyete göre erken aşamada girişimcilik faaliyetine yönelik ortalamaları

Verimlilik odaklı	12.8	0.80	30.9	1.30
Yenilik odaklı	7.1	0.60	19.1	1.20

Kaynak: GEM, Global Report 2017/18

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi, 2017 yılında önceki yıllarda olduğu gibi erkeklerin girişimcilik faaliyetinde bulunma ihtimalinin kadınlardan daha fazladır.

Gelişim düzeyi grupları arasında, faktör odaklı ekonomiler, ortalama olarak, cinsiyetler arasında girişimciliğe neredeyse eşit katılım göstermektedir. Ancak verimlilik odaklı grupta, kadınlar arasındaki girişimcilik oranları erkeklerin sadece dörtte üçüne ulaşmaktadır. İnovasyon odaklı ekonomilerde kadınların girişimciliğe katılımı erkeklerden daha azdır.

Bazı ülkelerde, kadınlar erkeklere göre eşit veya daha yüksek girişimcilik oranlarına sahiptirler: Kazakistan (% 11,3 -% 11,4), Katar (% 7,4 -% 7,4), Vietnam (% 24,8 -% 21,7), Ekvador (% 30,6 vs. % 28,7) ve Brezilya (% 20,7'ye karşılık% 20,7)'dir.

2.8.2. Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Görünümü

Türk kadını günümüzde, üstün nitelik ve sorumluluk isteyen pek çok iş alanında çalışabilmekte ayrıca görev alabilmektedir. Ülkemizde son dönemlerde kadınların işgücü piyasasında her geçen gün daha çok yer edinmesinde çalışma koşullarında iyileşmelerin yapılması ve kadınları iş yaşamında koruyan yasal düzenlemelerin varlığı önemli rol oynamaktadır (Can ve Karataş, 2007).

Türkiye'de kadın girişimciliği 1990'lı yıllarının sonlarında gündeme gelmeye başlamıştır. Ancak ülkemizde hala kadın girişimciliği ile ilgili çok net veriler bulunmamaktadır. Diğer taraftan kadın girişimciliğiyle ilgili teorik ve ampirik çalışmaların az olması yavaş gelişmesine neden olmuştur. Son yıllarda kamu ve özel kurum ve kuruluşlarla birlikte sivil toplum kuruluşlarının da artan etkisiyle birlikte kadın girişimciliğine olan ilgi ve duyarlılık artmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumunun "İstatistiklerle Kadın 2018" raporuna göre Türkiye nüfusunun %49,8'ini kadınlar ve %50,2'sini ise erkeklerden oluşturmaktadır. 2017 yılında "Hanehalkı işgücü araştırması" sonuçlarına göre; Türkiye'de 15 ve 15'ten

büyük yaşlardaki istihdam edilenlerin oranı %47,1 olup bu oran erkeklerde %65,6, kadınlarda ise %28,9 oldu. Kadınların iş gücüne katılım oranı erkeklerin yarısından daha azdır. Aynı raporda Eğitim durumuna göre istihdama katılım oranına bakıldığında; kadınların eğitim düzeyi arttıkça işgücüne daha çok katıldıkları görüldü. Okuryazarlığı bulunmayan kadınların işgücüne katılım oranı %15,9, orta öğretim altında eğitim görmüş kadınların işgücüne katılım oranı %27,7, orta öğretimini tamamlamış kadınların işgücüne katılım oranı %34,3, mesleki veya teknik lisedeki eğitimlerini bitirmiş kadınların işgücüne katılım oranı %42,6 iken yükseköğretim eğitimini tamamlamış kadınların işgücüne katılım oranı %72,7 oldu.

2017 yılında cinsiyete ve ekonomik faaliyetlere göre istihdam oranlarına bakıldığında; tarım alanında toplam istihdam oranı %19,4, erkek istihdam oranı %15,4, kadın istihdam oranı ise %28,3 oldu. Endüstri sektöründe toplam istihdam oranı %26,5, erkek istihdam oranı %31,4, kadın istihdam oranı ise %15,6 oldu. Hizmet sektöründe ise toplam istihdam oranı %54,1 olup bu oran erkeklerde %53,2, kadınlarda %56,1 oldu (TÜİK, 2019).

TÜİK iş gücü istatistikleri 2007-2017 raporuna göre kadınların İşgücüne katılmama nedenleri arasında birinci sırada “Ev işleriyle meşgul olma” nedeni yer almaktadır. Kadınların işgücüne dahil olma nedenleri arasında ilk sırada ise “Eğitim-Öğretim” nedeni yer almaktadır.

Tablo 11: Büyüklüğüne (ücretli çalışan sayısına) göre sahibi kadın olan girişimlerin oranı, 2007-2017

Yıl	Toplam	Grup Büyüklüğü-Size group					
		1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
2007	15,6	16,0	11,2	11,0	11,0	8,8	16,1
2008	16,1	16,7	12,3	10,2	11,6	10,5	14,3
2009	16,1	16,7	11,6	9,8	9,9	8,7	10,5
2010	16,8	17,4	12,4	10,2	10,0	8,3	9,4
2011	17,3	18,0	12,7	10,7	10,3	8,3	5,8
2012	17,5	18,3	12,8	10,9	10,3	9,7	9,6
2013	17,8	18,6	12,9	11,3	11,1	9,9	12,0
2014	18,2	19,1	13,3	11,9	11,5	10,6	13,1
2015	18,4	19,3	13,4	11,7	11,4	10,6	12,3
2016	18,7	19,5	13,5	12,0	11,7	10,2	11,4
2017	18,9	19,7	13,8	12,0	11,9	10,0	10,8

Kaynak: TÜİK, İş Kayıtları, 2007-2017

2.9. Kadın Girişimciler ile İlgili Literatür Taraması

Şahin (2006) Konya ilinde çeşitli sektörlerde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin; girişimcilik özellikleri başta olmak üzere, kadın girişimcilerin genel profiline belirlenmesi amacıyla liderlik ve motivasyon özelliklerinin ve karşılaştıkları sorunların, bu sorunların aşılmasında etkili faktörlerin incelenmesi amacıyla yapılan bir araştırma yapmıştır. Konya ilinde Konya Barosuna kayıtlı kadın avukatlar, Konya Eczacılar Odasına kayıtlı kadın eczacılar, Konya Sanayi Odasına kayıtlı kadın girişimcileri ve Konya Ticaret Odasına kayıtlı kadın girişimcilerden oluşan 627 katılımcının bulunduğu araştırma sonucunda girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların büyük bir çoğunluğunun evli olduğu ve eşlerinin de kendi işleri ile paralel bir iş icra ettikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum Konya İlinde bekar olarak girişimcilik faaliyetlerini yürütebilmenin zorluklarını ve bu işte aile desteğinin önemini gözler önüne sermektedir. Ayrıca çalışma sonucunda kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunmalarının altında yatan en önemli etkenler; ihtiyaçların karşılanması, ekonomi bağımsızlık ve mesleğini yapmak şeklinde ortaya çıkmıştır. Ayrıca anket verilerinden elde edilen bilgilere göre kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğu girişimci olmadan önce herhangi bir işte çalışmamıştır. Bu durum; araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş hayatında henüz deneyim kazanma aşamasında olduğunu bir göstergesidir. Araştırma sonucunda Konya İlinde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin pek çoğunun faaliyet kolları açısından yeterli eğitime sahip olmadıkları ve teknik desteğe ihtiyaçları olduğu sonucuna ulaşılabılır. Yine kadın girişimcilerin “kadın” olmalarının iş hayatlarını özellikle çalışanlarla ilişkiler açısından olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Koç (2005) tarafından yapılan çalışmada Konya ilinde serbest meslek mensubu kadın girişimcileri incelemiştir. 51 bayan avukatın dahil edildiği çalışma sonucunda kadınları kendi işini kurmaya motive eden faktörler araştırılmış ve en önemli faktörün ekonomik bağımsızlık kazanmak olduğu anlaşılmıştır. Ekonomik bağımsızlık kazanmayı, sosyal prestij ve kendi kendinin patronu olma isteği takip etmiştir. Çalışmada araştırılan bir diğer konuda bayan avukatların kendi işlerine sahip olmalarının sağladığı avantajlardır. Sırasıyla çıkan sonuçlar ise bağımsızlık, kendine güven duyma, para kazanma olarak tespit edilmiştir.

Şekerler (2006) Bursa Ticaret ve Sanayi odasına kayıtlı 100 kadın girişimci üzerinde yaptığı çalışmasında kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları araştırmıştır. Araştırma neticesinde kadın girişimcilerin işletme kurarken zorluk yaşamadıkları fakat işletme kurulduktan sonra kadın olmalarından dolayı zorluklarla karşılaştıkları, erkek elemanları üzerinde otorite kurmakta zorluk yaşadıkları, elemanları hakkında karar verirken duygusal davrandıkları, nitelikli elemanları işletmeye çekmekte zorlandıkları gibi sonuçlara varılmıştır.

İlter (2008) araştırmasında girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları araştırmıştır. Araştırma KAGİDER'in tekstil, danışmanlık, reklâm, turizm, hukuk, gıda vb. sektörlerde faaliyet gösteren 140 üyesi üzerinde yapılmıştır. 76 geçerli anketin incelenmiş ve sonuçlar şu şekilde sıralanmıştır: kadın girişimcilerin %40, 8'i, çalışma yaşamında yer alan erkek girişimcilerin baskın yapısının, kadın girişimcileri etkilemediğini düşünmekte, kadın girişimcilerin %63,1'i çalıştıkları sektörde büyümek için yeterli fırsat bulunduğunu düşünmekte, kadın girişimcilerin %44,7'si son üç yıldır pazarda erkek rakiplerle yoğun (kıran kırana) rekabet yaşanmadığı, kadın girişimcilerin %84,2'si, Türkiye'de siyasi yapılanmadaki erkek baskın yapısının olmasının, kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilediğini düşünmekte, kadın girişimcilerin %50'si, kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere negatif ayrımcılık yapmasının kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemediğini düşünmektedir.

Köşker (2004) Sakarya'da kadın girişimciliğinin sorunlarını Adapazarı ve çevresinde iş yeri bulunan 100 kadın girişimci üzerinde araştırmıştır. Araştırmada kadın girişimcilerinin %67'si ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak, %49'u aile ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla girişimcilik faaliyetlerine başlamışlardır. Araştırma sonucunda yaşanan en büyük sorunun işletme kurma aşamasında sermaye temini olup diğer büyük sorunun ise işletmenin devamı ve büyümesi için sermaye temini olduğu tespit edilmiştir.

Güleç (2011) araştırmasında Karaman ilinde kadın girişimciliği incelemiştir. Araştırmaya dahil edilen kadın girişimciler, Karaman İlinde Karaman Barosuna kayıtlı kadın avukatlar, Karaman Eczacılar Odasına kayıtlı kadın eczacılar, Karaman Ticaret ve Sanayi Odasına ve Esnaf ve Sanatkârlar Odasına kayıtlı kadın girişimcileri kapsamaktadır. 105 kadın girişimcinin katıldığı araştırmada kadın girişimcilerin

girişimciliği seçme nedenleri olarak maddi açıdan daha rahat olmak, ideali gerçekleştirmek, ekonomik bağımsızlık en önemlileri olarak saptanmıştır. Kadın girişimcilerin karşılaştığı en büyük sorunlar ise yüksek kiralar, sermaye temini, pazarda tanınmamış olmak, nitelikli eleman bulamama olarak sıralanmıştır.

Biner (2011) ekonomide kadın girişimciliğin yerini Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgelerinde; şanlıurfa, Gaziantep, Mardin, Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Malatya, Van, Ordu, Rize, Trabzon illerindeki 130 kadın girişimci üzerinde incelemiştir. Kadın girişimcilerin girişimciliği aile bütçesine katkıda bulunma amacıyla başlaması, maddi özgürlük kazanma isteği, bir işle meşgul olma isteği, başarma duygusu, çok para kazanma isteği ve bağımsızlık için tercih ettikleri belirlenmiştir.

İplik (2012) araştırmasında Osmaniye ili kırsalındaki kadın girişimciliği incelemiştir. Osmaniye iline bağlı 12 köyde yaşayan toplam 240 kadınla yapılan araştırma sonucunda Osmaniye ilinde girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların iş kurarken en çok iş kadını olgusuna çevrenin olumsuz bakışı ve sermaye temini konularında; işlerini yürütürken ise aşırı yorgunluk ve pazarın durgun olması gibi konularda sorun yaşadıklarını belirlenmiştir. Ayrıca, kadınların başka bir gelire sahip olup olmamalarının girişimci olmaları üzerinde etkili olan en önemli değişken olduğu, kadının çalışması durumunda aile birliğinin zayıflayacağını, kocasıyla ve çocuklarıyla daha az ilgileneceğini ailenin sosyal ilişkilerinin zayıflayacağını ve kadının gereğinden fazla yorulacağı ve yıpranacağını düşünenlerin daha az girişimci olma eğiliminde oldukları, dağ köylerinde yaşayan kadınların ova köylerinde yaşayan kadınlara göre daha fazla sorunla karşılaştıkları ve dağ köylerindeki bu kadınların uygun materyal temini ve pazarın durgun olması gibi problemlerle daha çok karşılaştıkları tespit edilmiştir.

Arıkan (2013) Bursa Ticaret ve Sanayi Odası yesi, işletme ömrü an az 1 yıl olan ve en az 2 personel çalıştıran 90 kadın girişimci üzerinde kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörleri araştırmıştır. Araştırma sonucunda kadın girişimcilerin başarısını etkileyen en önemli faktörler sırasıyla yöneticilik özellikleri, gerekli finansmanı sağlamak ve kurumsal destekler olarak tespit edilmiştir.

Emre (2013) alışmasında kadın girişimcilerin kültür ve cinsiyet kaynaklı zorlukları aşabileceklerine ilişkin inançlarını araştırmış, kadın girişimcilerin iş

yaşamında karşılaştıkları cinsiyetten kaynaklanan zorlukları aşabileceklerine dair inançları ile kültür boyutları arasındaki farklılıkların varlığı karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Belirlenen model yardımıyla; kadın girişimcilerin, belirsizlikten kaçınma derecelerinden, güç mesafesine ilişkin değerlerinden, toplumsalcılık-bireycilik değerlerinden ve dişilik – erillik değerlerinden oluşan kültür boyutları ile iş yaşamında karşılaştıkları cinsiyetten kaynaklanan zorlukları aşabileceklerine ilişkin inanç düzeyleri arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre; kadın girişimcilerin cinsiyet kaynaklı zorlukları aşabileceklerine ilişkin inanç düzeyleri ile kültür boyutları arasında ciddi düzeyde ilişki olduğu sonuca varılmıştır.

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Kadın girişimcilerin bir kariyer olarak girişimciliği seçmedeki nedenleri, motive edici unsurların incelendiği çalışmada veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Anket iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde girişimci kadınların çeşitli özellikleri belirlenmiştir. İkinci bölümde ise kadın girişimcilerin kariyerlerinde girişimciliği seçmelerinde etkisi olan faktörlere yönelik ölçekler yer almaktadır. Ölçekler likert ölçeği tarzında hazırlanmış olup tüm ölçekler beş yanıt noktasından oluşmaktadır. Ölçeklerde 1 kesinlikle katılmıyorum ilgili girişimci faktörünün olmadığını 5 ise kesinlikle katılıyorum girişimci faktörün olduğunu gösterir şeklindedir.

Araştırma 107 kadın girişimci üzerinde yürütülmüştür. Girişimcilerin %19,6'sı ilk-ortaokul mezunudur. Lise mezunu girişimcilerin oranı 33,6 benzer şekilde lisans mezunu girişimcilerin oranı ise % 35,5 olarak hesaplanmıştır. Ön lisans mezunu olan girişimcilerin oranı % 6,5 olarak hesaplanırken lisansüstü eğitim yapanların oranı ise % 4,7 olarak belirlenmiştir. Girişimcilerin ortalama iş deneyimi sayısı $2,17 \pm 1,983$ olarak belirlenmiştir. Girişimcilerin % 31,8'inin tek iş deneyimi var iken % 26,2'sinin iki iş deneyiminin olduğu belirlenmiştir. Üç iş deneyimine sahip girişimcilerin oranı ise % 15,0 iken en az dört iş deneyime sahip olan kadın girişimcilerin oranı ise % 15,9 olarak hesaplanmıştır. Daha önce iş deneyimi olmayan kadın girişimcilerin oranı ise % 11,2 olarak belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin ortalama girişimsel davranışı $2,05 \pm 1,469$ olarak belirlenirken, bir girişimsel davranışı olanların oranı % 51,4 iki girişimsel davranışı olanların oranı ise %23,4 olarak belirlenmiştir. Üç girişimsel davranışı olanların oranı % 7,5 dört girişimsel davranışı olanların oranı ise % 10,3 olarak belirlenmiştir. Beş ve daha fazla girişimsel davranışı olan kadın girişimcilerin oranı ise % 7,1 olarak hesaplanmıştır. Kadın girişimcilerin şu anki ortalama girişimsel davranış sayısının $1,47 \pm 0,935$ olduğu belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin % 72'sinin şu an tek işletmeye sahip olduğu belirlenirken, şu an işletme sayısı iki olan girişimcilerin oranı ise % 18,7 olarak belirlenmiştir. Üç ve daha fazla işletmeye sahip olan kadın girişimcilerin oranı ise % 9,3 olarak belirlenmiştir. Kadın girişimciler ortalama $0,63 \pm 1,095$ birim işletme kapatmışlardır. Kadın girişimcilerin % 67,3'ü

herhangi bir işletme kapatmamışlardır. Tek işletme kapatan kadın girişimci oranı % 15,9 olarak hesaplanırken iki işletme kapatan kadın girişimcilerin oranı % 7,5 olarak belirlenmiştir. Üç veya daha fazla işletme kapatan kadın girişimcilerin oranı ise % 9,3 olarak belirlenmiştir. Kadın girişimciler tarafından tespit edilen ortalama iş fırsat sayısı $2,10 \pm 2,269$ olarak belirlenmiştir. Kadın girişimcilerden % 25,2'si iş fırsatı tespit edememişlerdir. Kadın girişimcilerin % 19,6'sı tek iş fırsatı tespit ederken, % 21,5'i iki iş fırsatı tespit etmiştir. Üç iş fırsatı tespit eden kadın girişimcilerin oranı % 16,8 olarak belirlenirken, dört ve daha fazla iş fırsatı tespit eden kadın girişimcilerin oranı ise % 16,9 olarak belirlenmiştir. Kadın girişimciler ortalama $0,79 \pm 0,855$ fırsatı işletmeye dönüştürdükleri belirlenmiştir. Kadın girişimcilerden % 40,2'si yakalanan fırsatı işletmeye dönüştürememiştir. Kadın girişimcilerden % 46,7'si yakalanan fırsatı işletmeye dönüştürürken, % 8,4'ü ise iki fırsatı işletmeye dönüştürmüştür. Üç ve dört fırsatı işletmeye dönüştüren girişimcilerin oranı ise % 4,7 olarak hesaplanmıştır. Kadın girişimciler ortalama $1,9 \pm 0,305$ işletmeyi devir aldıkları belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin % 89,7'si iki işletmeyi devir aldığını belirtirken % 10,3'ü bir işletmeyi devir aldığını belirtmiştir. Kadın girişimcilerin % 43,9'unun babası kendi işine sahip iken % 56,1'inin babasının kendi işine sahip olmadığı belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12: Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Değ.	Özellik	N	%	Değ.	Özellik	N	%
Eğitim	İlkokul	13	12,1	İş deneyimi	0	12	11,2
	Ortaokul	8	7,5		1	34	31,8
	Lise	36	33,6		2	28	26,2
	On lisans	7	6,5		3	16	15,0
	Lisans	38	35,5		4	11	10,3
	Lisansüstü	5	4,7		5+	6	5,6
Toplam girişimsel Davranış sayısı	1	55	51,4	Şu anki işletme sayısı	1	77	72,0
	2	25	23,4		2	20	18,7
	3	8	7,5		3	3	2,8
	4	11	10,3		4	4	3,7
	5+	5	7,1		5	3	2,8
Kapatılan işletme sayısı	0	72	67,3	Tespit edilen iş fırsatı sayısı	0	27	25,2
	1	17	15,9		1	21	19,6
	2	8	7,5		2	23	21,5
	3	7	6,5		3	18	16,8

Tablo 12'nin Devamı: Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Fırsatların işletmeye dönüş- türülme sayısı	0	43	40,2		4	8	7,5
	1	50	46,7		Devir alma	Evet	11
	2	9	8,4	Hayır		96	89,7
	3	3	2,8	Baba kendi işi	Evet	47	43,9
	4	2	1,9		Hayır	60	56,1

Ankette formunda yer alan ölçeklerin güvenilirlikleri de incelenmiş ve güvenilirliğin bir ölçüsü olan cr alfa istatistiği dikkate alınmıştır. Ölçekleri bozan bir madde olup olmadığı soru bütün korelasyonlara bakılarak ve doğrulayıcı faktör analizi birlikte ele alınarak karar verilmiştir. Ölçekte yer alan soruların girişimciler tarafından benzer sonuçlar verecek şekilde hazırlanıp hazırlanmadığını görebilmek için Hotelling T Kare değerlerine bakılarak karar verilmiştir.

Kadın girişimcilerin genel girişimcilik tutumları sekiz madde ile ölçülmüş ve ölçekte soru bütün korelasyonlarda üç maddenin soru bütün korelasyonları negatif olduğu belirlenmiştir. Ayrıca bu maddeler doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçekte doğrulanmamıştır ve ölçekten çıkartılmıştır. Beş maddeye indirilen ölçeğin güvenilirliği için Cronbach's Alpha istatistiği 0,718 hesaplanmıştır. Ölçek güvenilir bulunmuştur. Ölçeğin ortalaması 4,301 olarak hesaplanmıştır. Ölçekte Hotelling T kare istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş ve ölçekte yer alan tüm sorular gerekli ve girişimci kadınların farklı farklı özelliklerini ölçmekle beraber girişimciler tarafından benzer sonuçlar verecek şekilde anlaşılmıştır. Genel tutum ölçeği güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 13'te verilmiştir.

Tablo 13: Genel Girişimcilik Tutum Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar	Maddeler	\bar{X}	SS	
Genel girişimcilik tutumu	GT3	Sektörde büyümek için dışarıdan gelen önerilere açık olmak çok önemlidir	4,27	1,095
	GT4	Bir girişimin yönetiminde uzun vadeli söz sahibi olmak hoşuma gider	4,22	,984
	GT5	Değişen çevresel koşulları önceden tahmin edebilir ve bunlara kendimi adapte edebilirim	4,25	,752
	GT7	Çoğunlukla yeni temaslar kurmaya ve ilişki ağını geliştirmeye çalışırım	4,41	,752
	GT8	İşletmeyle ilgili alınan her karardan haberdar olmak ve son sözü söylemek isterim	4,38	,968
	Cronbach's Alpha=0,718 Hotelling's T ² =28,621 P=0,001 Ölçek ortalaması=4,301			

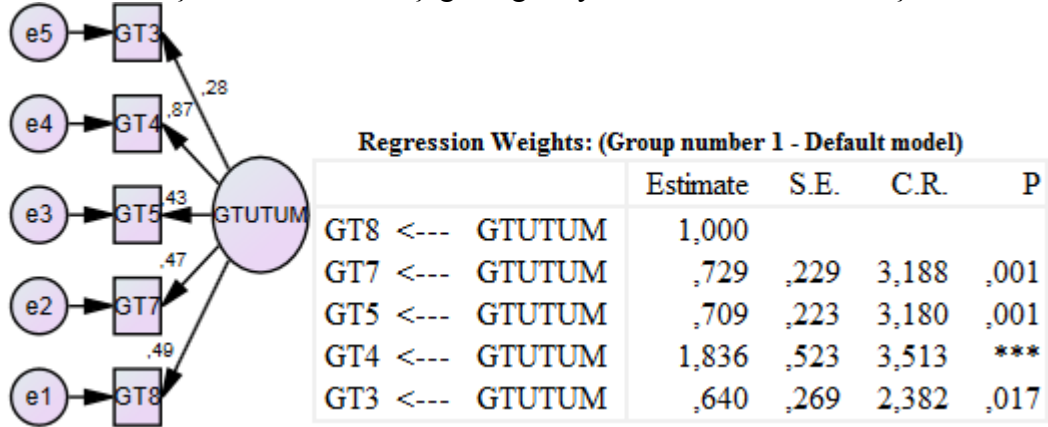
Genel girişimcilik tutum ölçeğinin iç tutarlılığını ve ölçekte yer alan maddelerin doğrulanmasına yönelik uyum ölçüleri uygun standartlarda bulunmuş ve ölçek doğrulanmıştır. Uyum ölçüleri Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14: Genel Girişimcilik Tutum Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları

Uyum ölçüleri	İyi uyum	Kabul edilebilir uyum	Ölçüm modeli
$\chi^2/sd.$	$0 \leq \chi^2/sd. \leq 2$	$2 < \chi^2/sd. \leq 3$	0,881
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,1$	0,035
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,983
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0,866
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI < 0,97$	1,000
IFI	$0,97 \leq IFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI < 0,97$	1,000
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,08$	0,000

Kaynak: Karagöz Y. 2016, Yılmaz ve Çelik, 2009, Schumacker R.E & Lomax R.G 2004, Bayram N 2010.

Genel girişimcilik tutum ölçeğine yönelik ölçüm modeli Şekil 4'te verilmiştir. Şekil 4 standart çözümü göstermektedir. şekilde gözlenen değişkenler ile genel girişimcilik tutum (GTUTUM) latent değişkeni arasındaki tüm yollar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. En küçük $Z=2,382 > 1,96$ olduğundan Z istatistikleri anlamlıdır.

Şekil 4: Genel Girişimcilik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Fırsat tanımlamada kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini ölçmeye yönelik olan ölçeğin güvenilirliği incelenmiş ve Cronbach's Alpha istatistiğinin 0,695-0,720 arasında değiştiği belirlenmiştir. Fırsat tanımlamada kadın girişimcilerin kişisel özellikleri ölçekleri her üç boyut için güvenilir bulunmuştur. Ölçeklerde en küçük ortalama 3,678 ile Teknik yetenek boyutunda elde edilirken, en yüksek ölçek ortalaması 4,142 ile Yönetimsel yetenek ölçeğinde elde edilmiştir. Ölçek bir bütün olarak ele alınmış ve tüm ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,826, ortalaması ise 3,942 olarak hesaplanmıştır. Ölçeklerde soru bütün korelasyonlarda negatif korelasyona rastlanmamıştır. Tüm ölçeklerde Hotelling T kareler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ölçeklerde yer alan sorular gerekli ve girişimcilerin farklı farklı

özelliklerini ölçtüğüne karar verilmiştir. Güvenirlilik analizi sonuçları Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15: Fırsat Tanımlamada Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri Ölçeği Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Boyutlar	Maddeler	\bar{X}	SS	
Girişimsel yetenek	GR1	En güçlü yönlerimden birisi hangi mal ve hizmetin daha çok talep edileceğini tespit edebilmektir	4,21	,877
	GR2	Karşılanmayan müşteri ihtiyaçlarını en doğru şekilde belirleyebilirim	4,30	,717
	GR3	En güçlü yönlerimden birisi en kaliteli iş fırsatlarını yakalamamdır	3,79	,939
	GR4	Fırsatları tespit etme konusunda özel bir duyarlılığım ve yeteneğim vardır	4,01	,841
	GR5	Gerçek bir fırsatı görme konusunda profesyonel araştırmacı ve analistlerden daha iyiyimdir	2,93	1,007
		Cronbach's Alpha=0,695 Hotelling's T ² =189,33 P=0,000 Ölçek ortalama=3,847		
Yönetimsel yetenek	Y1	En güçlü yönlerimden birisi kaynakları organize etme ve işleri koordine etmektir	4,37	,783
	Y2	En güçlü yönlerimden birisi insanları denetleme, etkileme ve yönlendirme yeteneğimdir	4,16	,881
	Y3	En güçlü yönlerimden birisi çalışanları organize ve motive ederek sonuçlara ulaşmak ve başarı sağlamaktır	4,36	,768
	Y4	En güçlü yönlerimden birisi etkin bir yetki verme ya da yetki devri kabiliyetimdir	3,89	,974
	Y5	Sınırlı olanaklar ve kaynaklarla en çok getiriyi sağlayacak biçimde kaynak tahsisi kararlarını verebilirim	3,93	,882
		Cronbach's Alpha=0,718 Hotelling's T ² =63,367 P=0,001 Ölçek ortalama=4,142		
Teknik yetenek	T1	En güçlü yönlerimden birisi teknik veya fonksiyonel (üretim, pazarlama, muhasebe, finans, vb.) bir alandaki uzmanlığımdır	3,77	,967
	T2	En güçlü yönlerimden birisi teknik açıdan üstün mal ve hizmet geliştirebilme kabiliyetimdir	3,59	1,064
		Cronbach's Alpha=0,720 Hotelling's T ² =120,1 P=0,001 Ölçek ortalama=3,678		
	Cronbach's Alpha=0,826 Hotelling's T ² =272,13 P=0,001 Ölçek ortalama=3,942			

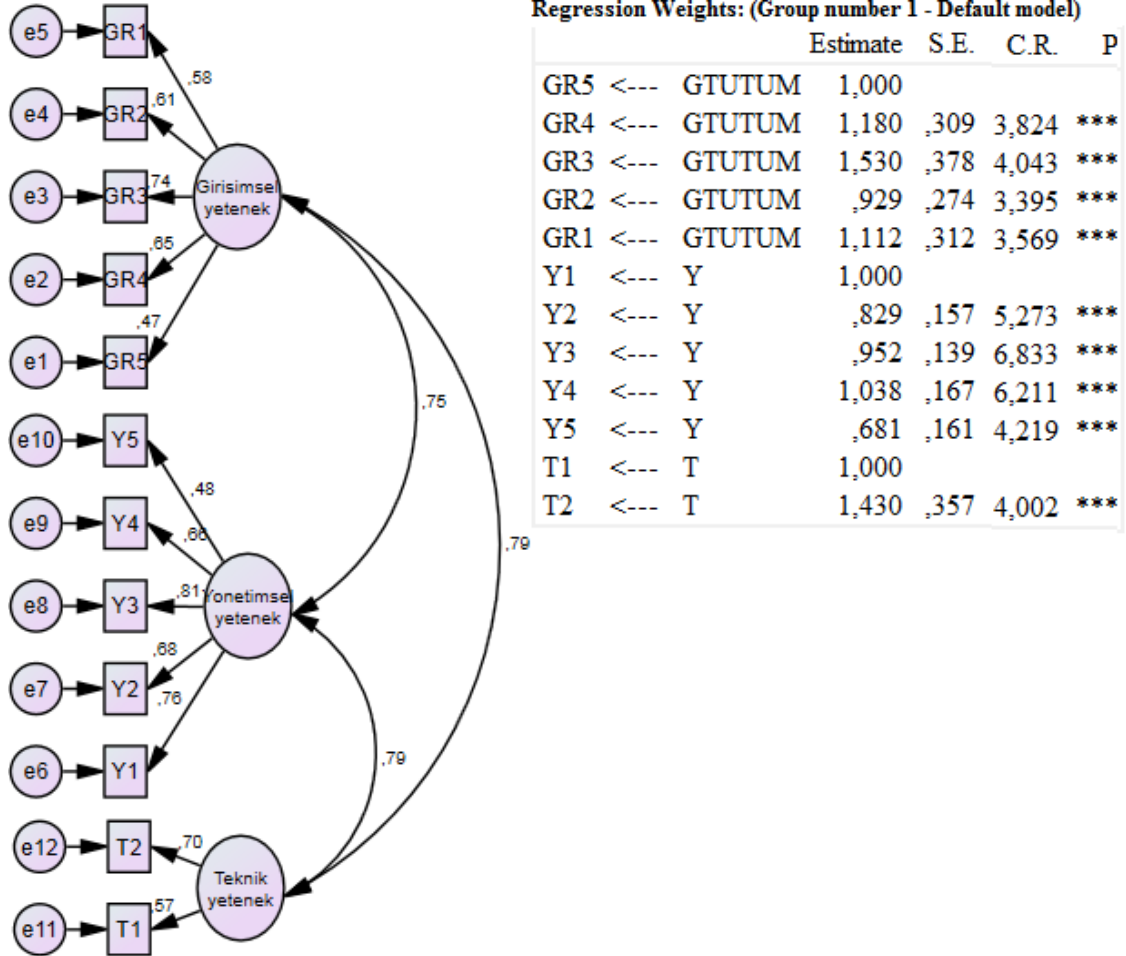
Fırsat tanımlamada kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini ölçmeye yönelik olan ölçeğin iç tutarlılığını ve ölçekte yer alan maddelerin doğrulanmasına yönelik NFI uyum ölçüsü hariç diğer uyum ölçüleri uygun standartlarda bulunmuş ve ölçek doğrulanmıştır. Uyum ölçüleri Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16: Fırsat Tanımlamada Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri Ölçeği Uyum Ölçüleri

Uyum ölçüleri	İyi uyum	Kabul edilebilir uyum	Ölçüm modeli	Ölçüm modeli
$\chi^2/sd.$	$0 \leq \chi^2/sd. \leq 2$	$2 < \chi^2/sd. \leq 3$	1,309	İyi uyum
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,1$	0,081	Kabul edilebilir
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,905	Kabul edilebilir
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0,439	Uygun Değil
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI < 0,97$	0,951	Kabul edilebilir
IFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI < 0,97$	0,968	Kabul edilebilir
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,08$	0,054	

Fırsat tanımlamada kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini ölçmeye yönelik olan ölçeğin ölçüm modeli Şekil 5'te verilmiştir. Şekil 5 standart çözümü göstermektedir. Şekilde gözlenen değişkenler ile latent değişkenler arasındaki tüm yollar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. En küçük $Z=3,395 > 1,96$ olduğundan Z istatistikleri anlamlı bulunmuştur.

Şekil 5: Fırsat Tanımlamada Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları



Kadın girişimcilerin iş kurmaya sevk eden temel (asıl) nedenlere yönelik tutumları belirlemek üzere anket formunda yer alan nedenler ölçeğinin güvenilirliği incelenmiştir. Ancak ölçek örneklem hacmi yeterli olmadığından doğrulanamamıştır. Ölçeğe yönelik Cronbach's Alpha istatistiği 0,859 olarak elde edilmiş ve ölçek güvenilir bulunmuştur. Ölçeğin ortalaması 3,162 olarak hesaplanmıştır. Ölçekte yer alan soruların gerekliliği diğer bir ifadeyle girişimcilerin farklı farklı özelliklerini ölçüp ölçmediği Hotelling T kareyle ölçülmüştür. Hotelling T kare istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuş ve ölçekte yer alan her bir soru kadın girişimcilerin iş kurmada farklı farklı temel nedenlerini yansıtmakta olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17: İş Kurmaya Sevk Eden Temel Nedenler Ölçeği Güvenirlik Analizi

Boyutlar	Maddeler	\bar{X}	SS
İş kurmaya sevk eden temel nedenler	As1	İşimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak	4,16 ,933
	As2	Zamanımın kontrolünün kendi ellerimde olmasını istediğim için	3,96 1,081
	As3	Hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için	4,14 ,905
	As4	Ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği	4,06 ,979
	As5	Gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)	4,21 ,962
	As6	Kendime, aileme ya da eşime ve çocuklarıma güvence sağlamak için	4,17 1,023
	As7	Bir şeyi başarmak ve bununla anılmak için	3,93 1,171
	As8	Yeni kurulan ve büyüyen bir işletmenin yarattığı fırsatlar ve problemlerle uğraşmak için	2,83 1,225
	As9	Aileme ve kendime yeterli zamanı ayırabilecek esnekliğe kavuşabilmek için	2,97 1,404
	As10	Öğrenmeye devam edebilmek için	3,54 1,135
	As11	Sürekli yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelerde en ön safta yer alabilmek için	3,44 1,117
	As12	Bir ürün fikri geliştirmek için	3,40 1,250
	As13	Toplumda yüksek bir mevkie sahip olmak için	3,06 1,220
	As14	Ailemin statüsünü ve itibarını artırmak için	3,35 1,206
	As15	İçinde yaşadığım toplumun refahına katkıda bulunmak için	3,64 1,110
	As16	Takdir ettiğim bir insanın izinden gitmek için	2,65 1,237
	As17	Aile geleneğini devam ettirmek için	2,23 1,202
	As18	Çevremde, arkadaşlarım arasında saygı görmek için	2,61 1,180
	As19	Vergiden muafiyet gibi dolaylı bazı avantajlara ya da imkânlarla erişebilmek için	1,97 1,023
	As20	Akrabalarımın refahına katkıda bulunmak için	2,49 1,254
	As21	İşsiz kalmıştım veya işten çıkarılmıştım	1,80 ,966
	As22	Hemşerilerimin refahına katkı sağlamak için	2,25 1,158
	As23	Yaşadığım toplumda daha sözü geçen ve etkili biri haline gelmek için	3,01 1,335
	As24	Vergi yüklerinin altında ezilmemek adına bir araç olması için	2,01 1,042
Cronbach's Alpha=0,859 Hotelling's T ² =935,051 P=0,0001 Ölçek ortalama=3,162			

Kadın girişimcilerin çeşitli özelliklerine göre Genel Girişimcilik Tutumları ve fırsat tanımlamada kişisel özellikler (girişimsel yetenek, yönetsel yetenek ve teknik yetenek) algılamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı incelenmiştir. Farklılık araştırmasından önce her bir ölçekte yer alan maddeler toplanmış ve madde sayısına bölünmüştür. Böylelikle ortalama skor değerleri 1-5 arasına sıkıştırılmıştır. Ortalama skor değerleri ölçeklere verilen yanıtlar gibi değerlendirilecektir.

- Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Tek Yönlü Varyans Analizi (TYVA) ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,652 P=0,583).
- Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,744 P=0,258).
- Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre yönetsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,727 P=0,166).
- Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,643 P=0,589). Elde edilen sonuçlar Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18: Eğitim Durumuna Göre Farklılık Testi

Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Mean	Std. Deviation	F	P
Genel Girişimcilik tutumu	İlk-Orta okul	21	4,4381	,37746	0,652	0,583
	Lise	36	4,2278	,74397		
	On lisans	7	4,2286	,37289		
	Lisans+	43	4,3256	,50901		
	Toplam	107	4,3084	,57118		
Girişimsel yetenek	İlk-Orta okul	21	3,9714	,69076	0,744	0,528
	Lise	36	3,8944	,53128		
	On lisans	7	3,7429	,83837		
	Lisans+	43	3,7628	,54904		
	Toplam	107	3,8467	,59150		

Tablo 18'in Devamı: Eğitim Durumuna Göre Farklılık Testi

Yönetimsel yetenek	İlk-Orta okul	21	4,0095	,75492	1,727	0,166
	Lise	36	4,1889	,48977		
	On lisans	7	3,7429	1,01136		
	Lisans+	43	4,2326	,53795		
	Toplam	107	4,1421	,61430		
Teknik yetenek	İlk-Orta okul	21	3,8095	,84374	0,643	0,589
	Lise	36	3,6806	,86316		
	On lisans	7	3,9286	,53452		
	Lisans+	43	3,5698	,81344		
	Toplam	107	3,6776	,81915		

- Kadın girişimcilerin iş deneyim sayısına göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,45 P=0,23).
- Kadın girişimcilerin iş deneyim sayısına göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,390 P=0,760).
- Kadın girişimcilerin iş deneyim sayısına göre yönetimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,16 P=0,330).
- Kadın girişimcilerin iş deneyim sayısına göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,79 P=0,50). Elde edilen sonuçlar Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 19: İş Deneyim Sayısına Göre Farklılık Testi

Boyutlar	İş deneyim sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Genel Girişimcilik tutumu	0	12	4,4333	,29336	1,45	,23
	1	34	4,3647	,41625		
	2	28	4,3857	,59611		
	3+	33	4,1394	,72713		
	Toplam	107	4,3084	,57118		
Girişimsel yetenek	0	12	3,8333	,44992	,39	,76
	1	34	3,7706	,65898		
	2	28	3,8500	,40961		
	3+	33	3,9273	,69789		
	Toplam	107	3,8467	,59150		

Tablo 19'un Devamı: İş Deneyim Sayısına Göre Farklılık Testi

Yönetimsel yetenek	0	12	3,8833	,56862	1,16	,33
	1	34	4,0882	,66093		
	2	28	4,2357	,46842		
	3+	33	4,2121	,67996		
	Toplam	107	4,1421	,61430		
Teknik yetenek	0	12	3,5000	,85280	,79	,50
	1	34	3,5588	,89413		
	2	28	3,7321	,81060		
	3+	33	3,8182	,73759		
	Toplam	107	3,6776	,81915	1,50	0,50

- Kadın girişimcilerin toplam girişimcilik sayısına göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,977 P=0,144).
- Kadın girişimcilerin toplam girişimcilik sayısına göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,320 P=0,727).
- Kadın girişimcilerin toplam girişimcilik sayısına göre yönetimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,965 P=0,384).
- Kadın girişimcilerin toplam girişimcilik sayısına göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,796 P=0,454). Elde edilen sonuçlar Tablo 20'de verilmiştir.

Tablo 20: Toplam Girişimcilik Sayısına Göre Farklılık Testi

Boyutlar	Toplam gir. sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Genel Girişimcilik tutumu	1	55	4,3891	,43618	1,977	0,144
	2	25	4,3280	,55642		
	3+	27	4,1259	,77489		
	Toplam	107	4,3084	,57118		
Girişimsel yetenek	1	55	3,8073	,61939	0,320	0,727
	2	25	3,8560	,48826		
	3+	27	3,9185	,63309		
	Toplam	107	3,8467	,59150		

Tablo 20'nin Devamı: Toplam Girişimcilik Sayısına Göre Farklılık Testi

Yönetimsel yetenek	1	55	4,1309	,66021	0,965	0,384
	2	25	4,0320	,59632		
	3+	27	4,2667	,52623		
	Toplam	107	4,1421	,61430		
Teknik yetenek	1	55	3,6636	,88220	0,796	0,454
	2	25	3,8400	,85049		
	3+	27	3,5556	,64051		
	Toplam	107	3,6776	,81915		

- Kadın girişimcilerin şu anki işletme sayısına göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=-0,126$ $P=0,900$).
- Kadın girişimcilerin şu anki işletme sayısına göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=0,028$ $P=0,978$).
- Kadın girişimcilerin şu anki işletme sayısına göre yönetimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=0,060$ $P=0,952$).
- Kadın girişimcilerin şu anki işletme sayısına göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=0,459$ $P=0,647$). Elde edilen sonuçlar Tablo 21'de verilmiştir.

Tablo 21: Şu Anki Girişimcilik Sayısına Göre Farklılık Testi

Boyutlar	İşletme Sayısı (Şu anki)	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Genel Girişimcilik tutumu	1	77	4,3013	,62122	-0,126	0,900
	2+	20	4,3200	,46521		
Girişimsel yetenek	1	77	3,8442	,59172	0,028	0,978
	2+	20	3,8400	,57528		
Yönetimsel yetenek	1	77	4,1195	,65955	0,060	0,952
	2+	20	4,1100	,49193		
Teknik yetenek	1	77	3,7208	,86028	0,459	0,647
	2+	20	3,6250	,70478		

- Kadın girişimcilerin kapatılan işletme sayısına göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile

araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($F=3,456$ $P=0,019$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görebilmek için Bonferroni çoklu karşılaştırma testine başvurulmuştur. Bonferroni testine göre;

- Kapatılan işletme sayısı olmayan kadın girişimcilerin genel girişimcilik tutumu, kapatılan işletme sayısı 2 olan kadın girişimcilerin genel girişimcilik tutumundan daha yüksek bulunmuştur ($P=0,017$).
- Kapatılan işletme sayısı 3 olan kadın girişimcilerin genel girişimcilik tutumu, kapatılan işletme sayısı 2 olan kadın girişimcilerin genel girişimcilik tutumundan daha yüksek bulunmuştur ($P=0,029$).
- Kadın girişimcilerin kapatılan işletme sayısına göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($F=1,709$ $P=0,170$).
- Kadın girişimcilerin kapatılan işletme sayısına göre yönetsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($F=0,919$ $P=0,434$).
- Kadın girişimcilerin kapatılan işletme sayısına göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($F=0,737$ $P=0,532$). Elde edilen sonuçlar Tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22: Kapatılan İşletme Sayısına Göre Farklılık Testi

Boyutlar	Kapatılan işletme sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Genel Girişimcilik tutumu	0	72	4,3528	,43313	3,456	0,019
	1	17	4,2941	,58787		
	2	8	3,7250	1,30466		
	3+	10	4,4800	,26998		
	Toplam	107	4,3084	,57118		
Girişimsel yetenek	0	72	3,7917	,62207	1,709	0,170
	1	17	4,0118	,43284		
	2	8	4,1750	,55997		
	3+	10	3,7000	,54365		
	Toplam	107	3,8467	,59150		
Yönetsel yetenek	0	72	4,1167	,62776	0,919	0,434
	1	17	4,1882	,63431		
	2	8	4,4500	,52099		
	3+	10	4,0000	,54160		
	Toplam	107	4,1421	,61430		

Tablo 22'nin Devamı: Kapatılan İşletme Sayısına Göre Farklılık Testi

Teknik yetenek	0	72	3,6597	,85096	0,737	0,532
	1	17	3,9118	,79521		
	2	8	3,6250	,58248		
	3+	10	3,4500	,79757		
	Toplam	107	3,6776	,81915		

- Kadın girişimcilerin fırsatları işletmeye dönüştürme sayısına göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,128 P=0,880).
- Kadın girişimcilerin fırsatları işletmeye dönüştürme sayısına göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,241 P=0,786).
- Kadın girişimcilerin fırsatları işletmeye dönüştürme sayısına göre yönetsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,566 P=0,570).
- Kadın girişimcilerin fırsatları işletmeye dönüştürme sayısına göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmiştir (F=4,783 P=0,010). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görebilmek için Bonferroni çoklu karşılaştırma testine başvurulmuştur. Bonferroni testine göre;
 - Fırsatları işletmeye dönüştürme sayısına sıfır olan kadın girişimcilerin teknik yeteneği, fırsatları işletmeye dönüştürme sayısına 1 olan kadın girişimcilerin teknik yeteneğinden daha yüksek bulunmuştur (P=0,010). Elde edilen sonuçlar Tablo 23'te verilmiştir.

Tablo 23: Fırsatları İşletmeye Dönüştürme Sayısına Göre Farklılık Testi

Boyutlar	Fırsatları İşletmeye Dönüştürme Sayısına	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Genel Girişimcilik tutumu	0	43	4,2930	,61155	0,128	0,880
	1	50	4,3360	,53975		
	2	14	4,2571	,58928		
	Toplam	107	4,3084	,57118		
Girişimsel yetenek	0	43	3,8837	,70269	0,241	0,786
	1	50	3,8040	,47722		
	2	14	3,8857	,62124		
	Toplam	107	3,8467	,59150		

Tablo 23'ün Devamı: Fırsatları İşletmeye Dönüştürme Sayısına Göre Farklılık Testi

Yönetimsel yetenek	0	43	4,1442	,70417	0,566	0,570
	1	50	4,1840	,50279		
	2	14	3,9857	,69929		
	Toplam	107	4,1421	,61430		
Teknik yetenek	0	43	3,9651	,84088	4,783	0,010
	1	50	3,4700	,78513		
	2	14	3,5357	,63441		
	Toplam	107	3,6776	,81915		

- Kadın girişimcilerin herhangi bir aile üyesinden kurulu işi devir alma durumuna göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=1,347$ $P=0,181$).
- Kadın girişimcilerin herhangi bir aile üyesinden kurulu işi devir alma durumuna göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=-0,061$ $P=0,951$).
- Kadın girişimcilerin herhangi bir aile üyesinden kurulu işi devir alma durumuna göre yönetimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=-0,704$ $P=0,483$).
- Kadın girişimcilerin herhangi bir aile üyesinden kurulu işi devir alma durumuna göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı Bağımsız Çift Örneklem t Testi ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($t=-1,347$ $P=0,181$). Elde edilen sonuçlar Tablo 24'te verilmiştir.

Tablo 24: Herhangi Bir Aile Üyesinden Kurulu İş Devir Alma Farklılık Testi

Boyutlar	Devir Alma	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Genel Girişimcilik tutumu	Evet	11	4,5273	,45846	1,347	0,181
	Hayır	96	4,2833	,57941		
Girişimsel yetenek	Evet	11	3,8364	,54272	-0,061	0,951
	Hayır	96	3,8479	,59947		
Yönetimsel yetenek	Evet	11	4,0182	,76134	-0,704	0,483
	Hayır	96	4,1563	,59839		
Teknik yetenek	Evet	11	3,3636	1,02691	-1,347	0,181
	Hayır	96	3,7135	,79055		

- Kadın girişimcilerin kariyer tercih nedenine göre genel girişimcilik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,281 P=0,278).
- Kadın girişimcilerin kariyer tercih nedenine göre girişimsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=0,480 P=0,791).
- Kadın girişimcilerin kariyer tercih nedenine göre yönetsel yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,548 P=0,182).
- Kadın girişimcilerin kariyer tercih nedenine göre teknik yetenekleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı TYVA ile araştırılmış ve anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir (F=1,373 P=0,241). Elde edilen sonuçlar Tablo 25’te verilmiştir.

Tablo 25: Kariyer Tercih Nedenine Göre Farklılık Testi

Boyutlar	Kariyer Tercih Nedeni	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Genel Girişimcilik tutumu	1	41	4,3561	,50894	1,281	0,278
	2	25	4,1920	,76044		
	5	9	4,4444	,32830		
	6	16	4,3875	,44703		
	7	7	4,4857	,41404		
	8	6	3,8667	,75542		
	Toplam	104	4,3096	,57514		
Girişimsel yetenek	1	41	3,8049	,65801	0,480	0,791
	2	25	3,9040	,46231		
	5	9	4,0222	,90247		
	6	16	3,7875	,45880		
	7	7	3,6857	,48795		
	8	6	4,0333	,67429		
	Toplam	104	3,8500	,59692		
Yönetsel yetenek	1	41	4,0927	,60514	1,548	0,182
	2	25	4,2480	,53317		
	5	9	3,7333	1,02956		
	6	16	4,1000	,54650		
	7	7	4,4286	,42314		
	8	6	4,4000	,45607		
	Toplam	104	4,1404	,61872		

Tablo 25'in Devamı: Kariyer Tercih Nedenine Göre Farklılık Testi

Teknik yetenek	1	41	3,6220	,82750	1,373	0,241
	2	25	3,7400	,67885		
	5	9	3,8333	,86603		
	6	16	3,2813	1,01602		
	7	7	4,1429	,74801		
	8	6	3,8333	,68313		
	Toplam	104	3,6635	,82569		

Kadın girişimcileri iş kurmaya sevk eden temel nedenler de öne çıkan maddelerin hangileri olduğunu belirlemek için kadın girişimcilerin tercihlerinin dağılımı incelenmiş ve Tablo 26'da verilmiştir. Araştırma kapsamında değerlendirilen kadın girişimcilere, onların iş kurmalarını sağlayan, onları girişimsel davranışa yönlendiren temel motiv ve nedenleri ortaya çıkarmak için yirmi dört maddelik bir ölçek uygulanmıştır. Bu ölçekteki ifadeleri yani bireyleri iş kurma sürecine yönlendiren temel neden ve motivleri 5'li Likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Bu kapsamda bulgular tablo 26'dadır (A: Kesinlikle katılmıyorum E: Kesinlikle katılıyorum).

Tablo 26: Girişimcileri İş Kurmaya Sevk Eden Temel Nedenler

	Ortalama	Standart sapma	A		B		C		D		E	
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1	4,16	,933	3	2,8	6	5,6	3	2,8	54	50,5	41	38,3
2	3,96	1,081	1	0,9	17	15,9	7	6,5	42	39,3	40	37,4
3	4,14	,905	1	,9	8	7,5	7	6,5	50	46,7	41	38,3
4	4,06	,979			15	14,0	3	2,8	50	46,7	39	36,4
5	4,21	,962	1	,9	10	9,3	4	3,7	42	39,3	50	46,7
6	4,17	1,023	3	2,8	8	7,5	6	5,6	41	38,3	49	45,8
7	3,93	1,171	6	5,6	10	9,3	11	10,3	39	36,4	41	38,3
8	2,83	1,225	15	14,0	37	34,6	14	13,1	33	30,8	8	7,5
9	2,97	1,404	21	19,6	26	24,3	12	11,2	31	29,0	17	15,9
10	3,54	1,135	6	5,6	15	14,0	23	21,5	41	38,3	22	20,6
11	3,44	1,117	5	4,7	19	17,8	26	24,3	38	35,5	19	17,8
12	3,40	1,250	8	7,5	24	22,4	14	13,1	39	36,4	22	20,6
13	3,06	1,220	11	10,3	30	28,0	21	19,6	32	29,9	13	12,1
14	3,35	1,206	8	7,5	23	21,5	18	16,8	40	37,4	18	16,8
15	3,64	1,110	6	5,6	13	12,1	16	15,0	50	46,7	22	20,6
16	2,65	1,237	19	17,8	39	36,4	19	17,8	20	18,7	10	9,3
17	2,23	1,202	31	29,0	48	44,9	8	7,5	12	11,2	8	7,5

Tablo 26'nın Devamı: Girişimcileri İş Kurmaya Sevk Eden Temel Nedenler

18	2,61	1,180	22	20,6	34	31,8	18	16,8	30	28,0	3	2,8
19	1,97	1,023	41	38,3	43	40,2	9	8,4	13	12,1	1	,9
20	2,49	1,254	26	24,3	40	37,4	11	10,3	23	21,5	7	6,5
21	1,80	,966	49	45,8	41	38,3	8	7,5	7	6,5	2	1,9
22	2,25	1,158	34	31,8	37	34,6	13	12,1	21	19,6	2	1,9
23	3,01	1,335	17	15,9	30	28,0	8	7,5	39	36,4	13	12,1
24	2,01	1,042	40	37,4	41	38,3	13	12,1	11	10,3	2	1,9

Araştırma kapsamında değerlendirilen kadın girişimciler işletme kurmaya sevk eden ana nedenler kısmında ilk maddede yani “İşimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak” ifadesinde en çok “Katılıyorum” ifadesini tercih etmişlerdir (50,5). Girişimcilerin yarısından fazlası bu ifadeye katılırken, “Tamamen Katılıyorum” ifadesini tercih edenlerle birlikte yaklaşık %90 oranında bu ifadeyi girişimciler onaylamışlardır. Bu noktada kariyer ya da iş ile ilgili kendi yaklaşımını geliştirmek ve bunun için yeterli özgürlüğe sahip olmayı araştırma kapsamında değerlendirilen kadın girişimciler istemektedirler. Bu motivasyon onları girişimsel davranış sergileyerek iş kurma sürecine yönlendiren temel güdülerden birisidir.

İkinci madde olan “Zamanımın kontrolünün kendi ellerimde olmasını istediğim için” ifadesinde %39,3 lük kesim katılıyorum, % 37,4'lük kesim ise kesinlikle katılıyorum seçeneğine katılmışlardır. Yani katılımcıların %76,7' si “ zamanımın kontrolünün kendi ellerinde olmasını istediği için” girişimciliği tercih ederken %6,5 kararsız olduğunu, %16,8 'i ise bu maddenin kendilerini motive etmediğini belirtmişlerdir.

Girişim oluşturmaya sevk eden “hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için” maddesinde yanıtlayıcıların %46,7'si katılıyorum, %38,3'ü kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıtlamışlardır. Başka bir deyişle kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğu (%85) “ hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için” girişimciliğe yönelmişlerdir. Kadın girişimcilerin %6,5'i kararsız olduklarını belirtirken, %8,4'ü ise bu maddenin onların girişimciliği seçmesinde bir etkisinin olmadığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların %46,7'si “katılıyorum” seçeneğini yanıtlayarak “ ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği”nin onları motive ettiğini, %36,4'ü ise bu maddeye

kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin %2,8'i "ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği" maddesinin işletme kurmaya etkisi hakkında kararsız olduğunu belirtirken, %14'ü katılmadıklarını belirtmişlerdir.

İşletme kurmaya sevk eden ana nedenler kısmında bulunan beşinci maddeye yani "gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)" ifadesine %46,7 kesinlikle katılırken, %39,3 "katılıyorum" yanıtını vermiştir. Yani kar kazanımı kadın girişimcilerin %86'sını işletme kurmaya sevk etmiştir. Yanıtlayıcıların %3,7'si kararsız olduğunu belirtirken, %10,2'si "Gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)" maddesinin işletme kurmaya motive edici bir ifade olmadığını belirtmişlerdir.

"Kendime, aileme ya da eşime ve çocuklarıma güvence sağlamak için" maddesine kadın girişimcilerin %45,8'i "kesinlikle katılıyorum", %38,3'ü "katılıyorum" seçeneğini işaretlemiştir. Aileye güvence sağlamak amacıyla girişimciliği tercih edenlerin toplam oranı %84 olurken, %5,6'sı bu konuda kararsız olduklarını %10,3'ü ise bu maddenin kendilerini motive etmediklerini belirtmiştir.

Katılımcıların %38,4'ü "bir şeyi başarmak ve bununla anılmak için" girişimciliği tercih ettiklerini "kesinlikle katılıyorum" derecesinde belirtmiş, %36,4'ü ise "katılıyorum" ifadesinde bulunmuştur. Başarılı bir işletmelerinin olmasını ve bununla anılmak istediklerini belirten yaklaşık %75'lik kadın girişimcinin yanında, %10'u bu konuda kararsız olduklarını, yaklaşık %15'i ise bu maddenin kendilerini motive eden bir ifade olmadığını onaylamışlardır.

"Yeni kurulan ve büyüyen bir işletmenin yarattığı fırsatlar ve problemlerle uğraşmak için" ifadesine katılan kadın girişimcilerin oranı %38'dir. Bu ifadenin kadın girişimciler üzerinde fazla motive edici etkisi olmadığı görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %49'u da bu maddenin onları işletme kurmaya sevk eden bir neden olmadığını belirtmiştir.

Araştırma kapsamında değerlendirilen kadın girişimciler işletme kurmaya sevk eden ana nedenler kısmında ilk maddede yani "aileme ve kendime yeterli zamanı ayırabilecek esnekliğe kavuşabilmek için" ifadesine kadın girişimcilerin yaklaşık %45'i katılmakta, %45'i ise katılmamaktadır. Aileye veya bireyin kendine yeterli zamanı ayırabilecek esnekliğe kavuşabilmek adına girişimciliği seçip seçmediğine karar veremeyen katılımcılar ise %10'luk dilimi oluşturmaktadır.

İşletme kurmaya sevk eden ana nedenler kısmında bulunan onuncu madde yani “öğrenmeye devam edebilmek için” ifadesine yanıtlayıcıların %38,3’ü “katılıyorum”, %20,6’sı “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. Diğer bir deyişle kadın girişimcilerin yaklaşık %60’ı öğrenmeye devam edebilmek ve kendilerini geliştirmek adına girişimciliği seçtiklerini belirtmiştir. %21,5’lik büyük bir kesim bu konuda kararsız olduklarını, %19,6’sı ise öğrenmeye devam etmenin onları girişimciliğe motive etmediğini belirtmiştir.

Araştırmaya dahil edilen kadın girişimcilerden %35,5’i “sürekli yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelerde en ön safta yer alabilmek için” girişimciliği tercih ettiklerini, %17,8’i ise bu ifadeye kesinlikle katıldıklarını ifade etmiştir. Kadın girişimcilerden %24,3’lük kesim yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelere öncülük etme hakkında kararsız olduklarını, %22,5’i ise bu ifadeye katılmadıklarını belirtmiştir. Kadın girişimcilerin yaklaşık %53’ünün katıldığı bu ifadeye göre kadınları girişimci olmaya motive eden nedenlerden birinin de “sürekli yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelerde en ön safta yer alabilme” olduğu söylenebilir.

Bir ürün fikri geliştirmenin kendinilerini iş kurmaya sevk ettiğini belirten kadın girişimcilerin oranı %57 olarak görülmektedir. Kadın girişimcilerin yarısından fazlası yeni bir ürün fikri ile girişimcilikte başarılı olabileceğini düşünürken %13,1’i bu ifade hakkında kararsız olduğunu, yaklaşık %30’u ise yeni ürün fikrinin kendilerini girişimcilik için motive etmediğini belirtmiştir. Literatürde yeni bir ürün fikrinin girişimcilik için önemli bir basamak olduğu belirtilmesine rağmen kadın girişimciler üzerinde yapılan bu araştırmada bu ifadeye katılım beklenildiği kadar yüksek olmamıştır.

Kadın girişimcilerin %29,9’u “toplumda yüksek bir mevkie sahip olmak için” maddesine katılırken, %12,1’i “kesinlikle katılıyorum” ifadesini tercih etmiştir. Saygınlık ve toplumda mevki sahibi olmak için girişimciliğin tercih edilen bir kariyer olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Fakat bu araştırmada beklenenin aksine katılan ve katılmayanların sayısı yakın denebilecek seviyededir. “Toplumda yüksek bir mevkie sahip olmak” ifadesine katılım %42 iken, katılmayanların oranı %38,3’tür.

Araştırma da yanıtlayıcı kadın girişimcilere yöneltilen diğer bir ifade “ailemin statüsünü ve itibarını artırmak için”dir. Yanıtlayıcıların %37,4’ü bu maddeye “katılıyorum”, %16,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçeneğiyle yanıt vermişlerdir.

Kadın girişimcilerin Yaklaşık %54'ü ailesinin statü ve itibarını arttırmak için girişimciliğin onları motive ettiğini belirtirken, %29'u bu maddenin onlar için motive edici bir etkiye sahip olmadığını belirtmiştir. %16,8'i ise bu madde hakkında kararsız olduklarını söylemiştir.

Kadın girişimcilerden %67,3'ü toplumun refahına katkıda bulunmanın onları girişimciliğe motive ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların %17'lik küçük bir bölümü ise toplumun refahına katkıda bulunmanın girişimciliği tercih etmede bir etkisi olmadığını ifadesini tercih etmiştir.

Gerek girişimcilik niyetinde gerekse girişimcilikte motive edici maddeler arasında sayılan rol modelin etkisiyle oluşturulmuş "takdir ettiğim bir insanın izinden gitmek için" ifadesine kadın girişimcilerin %18,7'si "katılıyorum", %9,3'ü "kesinlikle katılıyorum" seçeneğini işaretlemiştir. %28 gibi düşük bir katılımın olduğu bu ifadeye katılmayan kadın girişimcilerin oranı ise %54,2'dir. Beklenenin aksine rol modellerin etkisinin az olduğu söylenebilir.

"Aile geleneğini devam ettirmek için" maddesine yanıtlayıcıların %18,7'si katılırken %74,9'u katılmamıştır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin küçük bir bölümünün girişimci ailelerden geldiği ve bunu devam ettirmek istedikleri söylenebilir.

Kadın girişimcilere yöneltilen diğer bir ifade olan "çevremde, arkadaşlarım arasında saygı görmek için" maddesine %28 oranında "katılıyorum" seçilirken, %2,8'i "kesinlikle katılıyorum" seçeneğini belirtmiştir. %16,8'lik kesim bu ifade hakkında kararsız olduklarını, %52,4'ü ise çevresinden ve arkadaşlarından saygı görmenin kendilerini girişimciliğe motive etmediklerini belirtmiştir.

"Vergiden muafiyet gibi dolaylı bazı avantajlara ya da imkânlarla erişebilmek için" ifadesi %13'lük bir katılım göstermiştir. Kadın girişimcilerin iş kurmaya yönelten ifadelerden biri olduğu görülen "vergiden muafiyet gibi dolaylı bazı avantajlara ya da imkânlarla erişebilmek için" maddesine katılmayanların oranı ise %78,5'tir.

Kadın girişimcilere yöneltilen "akrabalarımın refahına katkıda bulunmak için" ifadesinde yanıtlayıcıların %28'i akrabaların refahına katkıda bulunmanın girişimciliğe motive edici bir neden olduğunu belirtirken, yaklaşık %10'u kararsız, %61,7'si

akrabalarının refahını arttırmanın onlar için motive edici bir neden olmadığını belirtmiştir.

Araştırma kapsamında değerlendirilen kadın girişimciler işletme kurmaya sevk eden ana nedenler kısmında 21. Madde olan “işsiz kalmıştım veya işten çıkarılmıştım” ifadesinde yanıtlayıcıların %8,4’ü işsiz kaldıkları için girişimciliğe yöneldiklerini belirtmiştir. Büyük bir çoğunluk ise işsizliğin onları girişimciliğe yönlendirmediğini söylemiştir(%84).

“Hemşerilerimin refahına katkı sağlamak için” ifadesinin de motive edici nedenler arasında fazla etkili olmadığı görülmüştür. Kadın girişimcilerin %19,6’sı “katılıyorum” seçeneğini işaretlerken %1,9’u “kesinlikle katılıyorum” seçeneğini işaretlemiştir. Yanıtlayıcıların %12,1’i kararsız olduğunu belirtirken, %34,6’sı “katılmıyorum” ve %31,8’i “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini seçmiştir.

Yanıtlayıcılara yöneltilen “yaşadığım toplumda daha sözü geçen ve etkili biri haline gelmek için” ifadesine kadın girişimcilerin %36,4’ü katıldıklarını belirtmiştir. %12,1’i “kesinlikle katılıyorum” ifadesini seçmiştir. Kadın girişimcilerin yaklaşık %50’si toplumda sözü geçen ve etkili biri olabilmek adına girişimciliği seçtiklerini, %44’ü ise bu ifadenin kendilerini motive etmediğini ve girişimci olmalarında etkili olmadığını belirtmiştir.

Kadın girişimcileri işletme kurmaya sevk eden ana nedenlerden son madde olan “vergi yüklerinin altında ezilmemek adına bir araç olması için” maddesine yaklaşık %76’lık kesim katılmamıştır. Yanıtlayıcı kadın girişimcilerin %12’si ise girişimciliği vergi yüklerinin altında ezilmemek adına bir araç olarak görmüşlerdir.

SONUÇ

Girişimcilikte var olan cinsiyet farklılığına karşı olarak, kadın girişimcilere daha fazla ‘rol modeli’ oluşturulması gerekmektedir. Genç kadınların, girişimci olmaları için ilham vermeleri ve motive etmeleri için bir yol, rol modelleridir. Kadın girişimciler, istekli kadın girişimciler için örnek teşkil eden ve değerli dersler veren sembolik rol modelleri ve danışmanlar olarak hareket edebilirler. Rol modellerini girişimcilik programlarına entegre etmek ve girişimleri desteklemek buna bağlı olarak basamaklılarla mücadelede ve değişimi tetiklemede yardımcı olabilir (Byrne vd., 2019). Ancak, yeni başlayan girişimciler için rol modellerin önemini belirlemeye yönelik deneysel araştırmalar azdır (Bosma vd., 2012).

Araştırmada kariyer tercih nedeniyle girişimciliğin ilişkilendirildiği maddeler incelendiğinde 107 kadın girişimciden 41’inin ‘‘işimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak’’ ifadesini seçerken 25 kadın girişimci ‘‘ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği’’ ifadesini tercih etmiştir. 16 kadın girişimci ise ‘‘hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için’’ ifadesini tercih etmiştir. ‘‘İşsiz kalmıştım veya işten çıkarılmıştım ile ‘‘yeni kurulan ve büyüyen bir işletmenin yarattığı fırsatlar ve problemlerle başa çıkmak için’’ ifadeleri ise neredeyse hiç tercih edilmemiştir.

Araştırmada kadın girişimcileri iş kurmaya sevk eden temel nedenler ortalama sırasına göre tablo 27’de verilmiştir.

Tablo 27: Ortalama sıralamasına göre kadın girişimcileri iş kurmaya sevk eden temel nedenler

		Ortalama
1	Gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)	4,21
2	Kendime, aileme ya da eşime ve çocuklarıma güvence sağlamak için	4,17
3	İşimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak	4,16
4	Hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için	4,14
5	Ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği	4,06
6	Zamanımın kontrolünün kendi ellerimde olmasını istediğim için	3,96
7	Bir şeyi başarmak ve bununla anılmak için	3,93
8	İçinde yaşadığım toplumun refahına katkıda bulunmak için	3,64
9	Öğrenmeye devam edebilmek için	3,54
10	Sürekli yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelerde en ön safta yer alabilmek için	3,44
11	Bir ürün fikri geliştirmek için	3,40
12	Ailemin statüsünü ve itibarını artırmak için	3,35
13	Toplumda yüksek bir mevkie sahip olmak için	3,06
14	Yaşadığım toplumda daha sözü geçen ve etkili biri haline gelmek için	3,01
15	Aileme ve kendime yeterli zamanı ayarabilecek esnekliğe kavuşabilmek için	2,97

Tablo 27'nin Devamı: Ortalama sıralamasına göre kadın girişimcileri iş kurmaya sevk eden temel nedenler

16	Yeni kurulan ve büyüyen bir işletmenin yarattığı fırsatlar ve problemlerle uğraşmak için	2,83
17	Takdir ettiğim bir insanın izinden gitmek için	2,65
18	Çevremde, arkadaşlarım arasında saygı görmek için	2,61
19	Akrabalarımın refahına katkıda bulunmak için	2,49
20	Hemşerilerimin refahına katkı sağlamak için	2,25
21	Aile geleneğini devam ettirmek için	2,23
22	Vergi yüklerinin altında ezilmemek adına bir araç olması için	2,01
23	Vergiden muafiyet gibi dolaylı bazı avantajlara ya da imkânlara erişebilmek için	1,97
24	İşsiz kalmıştım veya işten çıkarılmıştım	1,80

Tablo incelendiğinde “Gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)”, “Kendime, aileme ya da eşime ve çocuklarıma güvence sağlamak için”, “İşimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak”, “Hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için” ve “Ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği” ifadeleri 4 üzerinde ortalamaya sahiptir. Girişimciliğe motive eden ve işletme kurmaya sevk eden en önemli nedenlerin bu beş neden olduğu görülmektedir.

“Gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)” ifadesi %46,7 “kesinlikle katılıyorum” seçeneği ile iş kurma nedenleri arasında en çok tercih edilen ifade olmuştur. Kadın girişimcileri girişimciliğe motive eden en önemli etkenin gelir seviyesini arttırmak olduğu saptanmıştır. Kadın girişimcileri işletme kurmaya motive eden diğer önemli ifade ise “Kendime, aileme ya da eşime ve çocuklarıma güvence sağlamak için”dir. %45,8 “kesinlikle katılıyorum” seçeneğinin işaretlendiği ve ortalaması en yüksek olan bu ifade kadın girişimcilerin ailelerine güvence sağlamak için girişimciliği seçtiği görülmektedir. İş kurmaya sevk eden en önemli ifade “İşimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak” olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik literatüründe bağımsızlık ya da bağımsızlık ihtiyacı ile ilişkilendirilebilecek bu ifadeye göre kadın girişimcileri işletme kurmaya yönelten üçüncü en önemli ifade iş fikirlerini gerçekleştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmaktır. “Hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için” ve “Ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği” diğer en çok ortalamaya iş kurmaya sevk eden temel nedenlerdendir. Fırsat değerlendirme isteğinde %46,7 oranında “katılıyorum” seçeneği tercih edilmiştir. Literatürde de bahsedildiği üzere girişimcilikte fırsatları algılayıp, işletmeye dönüştürmek en önemli öncüller

arasındadır. Bu araştırmada da yüksek ortalama ile kadın girişimcileri de işletme kurmaya sevk eden en önemli nedenlerden biri fırsatları değerlendirme isteği olmuştur.

3.00 ve 3,99 arasında ortalamaya sahip ifadeler sırasıyla şu şekildedir: “Zamanımın kontrolünün kendi ellerimde olmasını istediğim için”, “Bir şeyi başarmak ve bununla anılmak için”, “İçinde yaşadığım toplumun refahına katkıda bulunmak için”, “Öğrenmeye devam edebilmek için”, “Sürekli yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelerde en ön safta yer alabilmek için”, “Bir ürün fikri geliştirmek için”, “Ailemin statüsünü ve itibarını artırmak için”, “Toplumda yüksek bir mevkie sahip olmak için”, “Yaşadığım toplumda daha sözü geçen ve etkili biri haline gelmek için”. “Zamanımın kontrolünün kendi ellerimde olmasını istediğim için” ifadesi %39,3 oranında “katılıyorum” seçilmiştir. Kadın girişimcilerin zamanlarını kendi isteğine göre yönetebilmelerinin önemli bir motivasyon olduğu görölmektedir. Araştırma kapsamında değerlendirilen kadın girişimciler işletme kurmaya sevk eden ana nedenler kısmında yedinci madde olan “Bir şeyi başarmak ve bununla anılmak için” maddesinde en çok “kesinlikle katılıyorum” ifadesini tercih etmişlerdir (38,3). Başarılı bir işletme oluşturup, büyümesini sağlayarak işletmesi ile anılmak istemenin kadın girişimciler için önemli bir motivasyon olduğu görölmektedir. 3,64 ortalamaya sahip “İçinde yaşadığım toplumun refahına katkıda bulunmak için” maddesinde yanıtlayıcıların %46,7’sinin “katılıyorum” ifadesinde bulunduğu görölmektedir. Kadın girişimcilerin şahsi çıkarlarının yanında toplumu geliştirmek ve topluma katkıda bulunmak içinde girişimciliği seçtiğini söylemek doğru olacaktır. Kadın girişimcilerin %38,3’ü “katılıyorum” ifadesi ile “Öğrenmeye devam edebilmek için” maddesinin kendilerini girişimciliğe yönelttiğini belirtmişlerdir. “Sürekli yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelerde en ön safta yer alabilmek için” maddesinin kendilerini motive ettiğini söyleyen kadın girişimcilerin ortalaması 3,44’tür. Ayrıca yenilikçi olmayı ve teknolojik gelişmelerde öncü olmayı bir motivasyon olarak gören kadın girişimcilerden %35,5’i “katılıyorum” ifadesini seçmişlerdir. Günümüzde ürün fikrinin girişimcilikte en önemli etkenlerden biri olduğu söylenmektedir. Araştırma bulgularına göre de “Bir ürün fikri geliştirmek için” ifadesi kadın girişimcilere iş kurma motivasyonu sağlayan önemli etkenlerden biridir. Cevaplayıcıların %36,4’ü bir ürün fikri geliştirmeyi “katılıyorum” derecesinde işaretleyerek fikrin önemli bir motivasyon olduğunu onaylamışlardır. Toplumda prestij sahibi olma isteği de girişimcileri motive eden diğer etmenlerden biridir. Araştırmada “Toplumda yüksek

bir mevkie sahip olmak için” maddesine kadın girişimcilerin %29’u katılırken, yakın oranda (%28) kadın girişimci ise statünün onlar için motive edici bir faktör olmadığını belirtmiştir. 3,01 ortalamaya sahip “ Yaşadığım toplumda daha sözü geçen ve etkili biri haline gelmek için” maddesi yanıtlayıcıların %36,4’ü tarafından “katılıyorum” şeklinde cevaplanmıştır. Toplum içinde etkili bir birey olabilmenin kadınları girişimciliğe sevk eden nedenlerden önemli biri olduğu söylenebilir.

2,50 ve 2,99 arasında ortalamaya sahip işletme kurmaya sevk eden ana maddeler: “Aileme ve kendime yeterli zamanı ayırabilecek esnekliğe kavuşabilmek için”, “Yeni kurulan ve büyüyen bir işletmenin yarattığı fırsatlar ve problemlerle uğraşmak için”, “Takdir ettiğim bir insanın izinden gitmek için”, “Çevremde, arkadaşlarım arasında saygı görmek için” olarak sıralanmıştır. Girişimciliği tercih eden kadın girişimcilerden %29’u ailelerine yeterli zaman ayırabilecek zaman esnekliğine sahip olabilmek adına “katılıyorum” ifadesini seçmişlerdir. Yeni kurulacak bir işletmenin fırsatları ve oluşturduğu problemlerle ilgilenmek amacıyla girişimciliği tercih eden kadın girişimcilerin çoğunluğu (%34,6’sı) bu maddeyi girişimcilik motivesi olarak görmemiş ve “katılmıyorum” ifadesini onaylamışlardır. Girişimcilik literatüründe yer bulmuş olan rol model etkisi ile girişimciliği tercih etme ifadesine benzer olan “Takdir ettiğim bir insanın izinden gitmek için” maddesi kadın girişimciler tarafından motive edici olarak görülse de %36,4’lük büyük bir kısım “katılmıyorum” seçeneğini onaylayarak rol modellerinin girişimciliği seçmede diğer maddeler kadar önemli olmadığını belirtmişlerdir.

2,00 ve 2,49 arasında ortalamaya sahip girişimciliğe motive ediciler “Akrabalarımın refahına katkıda bulunmak için”, “Hemşerilerimin refahına katkı sağlamak için”, “Aile geleneğini devam ettirmek için”, “Vergi yüklerinin altında ezilmemek adına bir araç olması için” olarak belirlenmiştir. Akra ve hemşerilerin refahlarına katkıda bulunmak için girişimciliğe yönelen kadın girişimcilerin sayısının az olduğu görülmektedir. “Akrabalarının refahına katkıda bulunmak için” maddesine katılmama oranı yaklaşık %62 iken “Hemşerilerin refahına katkıda bulunmak için” girişimciliğe yönelen kadın girişimcilerin katılmama oranı %66’dır. Vergi yükümlülüklerini azaltmak adına girişimciliği tercih eden kadın girişimciler ise %11 gibi düşük bir orandır. Kadın girişimcilerin %76’sı vergi yüklerinin azaltmak adına girişimciliği bir araç olarak görmemektedir.

2,00 ortalamasının altında bulunan “Vergiden muafiyet gibi dolaylı bazı avantajlara ya da imkânlarla erişebilmek için” ve “ İşsiz kalmıştım veya işten çıkarılmıştım” maddeleri kadın girişimcileri işletme kurmaya sevk eden maddeler arasında en önemsizleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Vergi muafiyeti gibi avantajlara erişimin girişimcilik için motive etmesine katılmayan kadın girişimcilerin oranı %75,5’tir. İşsizliğin kadınları girişimciliğe sevk ettiğini ise katılımcıların sadece %8’i onaylamıştır. %84’lük büyük çoğunluk ise işsizliğin girişimciliğe motive edici bir faktör olmadığını belirtmiştir.

Kadın girişimcilerin gelişiminde ve girişimcilik faaliyetlerine daha fazla katılımının sağlanması için tüm alanlarda doğru çaba gösterilmesi gerekmektedir. Girişimcilik temel olarak kişinin hayatını ve faaliyetlerini kontrol altında tutmayı gerektirir ve kadın girişimcilerin kendi paradokslarından çıkmaları için güven, bağımsızlık ve hareketlilik verilmesi gerekmektedir. Kadınların çeşitli fırsatları yakalamaları ve iş dünyasındaki zorluklara karşı güçlendirilmesi gereken tedbirler aşağıda önerilmiştir.

- Kadın girişimcilere ilham vermek, teşvik etmek, motive etmek ve iş birliği yapmak için sürekli bir çaba gösterilmelidir.
- Kadınlar arasında iş yapmak için çeşitli alanlarda farkındalık yaratmak amacıyla bir “Farkındalık Programı” yürütülmelidir.
- Genel olarak kadınların eğitim standartlarının yükseltilmesi, deneyim geliştirme programları hazırlamak ve kişisel standartlarını yükseltmek için girişimlerde bulunulmalıdır.
- Yönetim, liderlik, pazarlama, finans, üretim süreci, kar planlaması ve diğer becerilerde mesleki yeterliliklerin geliştirilmesi için eğitim programları düzenlenmelidir.
- Eğitim kurumları, özellikle iş projelerini planlamak ve girişimciliğin gelişmesine yardımcı olmak için çeşitli hükümet ve hükümet dışı kuruluşlarla iş birliği içerisinde olmalıdır.
- Kadınların diğer kadın girişimcilerle etkileşimini kolaylaştırmasına yardımcı olmak için Uluslararası, Ulusal, Yerel fuarlar, Endüstriyel sergiler, seminerler ve konferanslar düzenlenmelidir.

- İş dünyasındaki kadınları girişimcilik faaliyetlerine teşvik etmek için yumuşak krediler ve teşvikler sunulmalıdır. Finansal Kurumlar hem küçük ölçekli hem de büyük ölçekli girişimler için daha fazla işletme sermayesi yardımı sağlamalıdır.
- Yerel düzeyde kadın girişimcilere mikro kredi sistemi ve kurumsal kredi sistemi sağlanmalıdır.
- Çeşitli STK'lar ve devlet kurumları tarafından kadınlar girişimcilere yönelik sanayi, ticaret ve hizmet sektörü alanındaki kalkınmasına ilişkin politikalar, planlar ve stratejiler üretilmelidir.
- Kadın girişimcilerin karar alma sürecinde başarılı olmaları ve iyi bir iş ağı geliştirmeleri için işletme yönetiminin tüm fonksiyonel alanlarında bilgi ve beceri kazanmak için sürekli olarak eğitilmelidir.
- Kadın girişimcilerin ekonomik ilerleme yolundaki kısıtlamalara veya eksikliklere ilişkin sorunlarını ve şikâyetlerini belirlemek, lehine uygun kararlar almalarını kısıtlayan ve kadın girişimcileri engelleyen politika ve stratejileri tartışmak için ulusal düzeyde forumlar kurulmalıdır.

Yukarıda belirtilen önlemler neticesinde kadın girişimcilerin sorunlarına ışık tutulabilir ve çözüm yolları aranabilir. Girişimcilik kadınlar için kolay olmayan bir süreçtir. Çünkü kadınlar aile ekonomisine katkı sağlamak için çeşitli ekonomik faaliyete katılabilirler ancak katılımları hiçbir şekilde aile görevler ve sorumluluklarını azaltmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Aaltio, I., & Peltonen, H. (2009). Portraits Of Russian Women Entrepreneurs: Identification And Ways Of Leadership. *Journal Of Enterprising Culture*, 17(4), 443-471.
- Adkins, C. L., Samaras, S. A., Gilfillan, S. W., & Mcwee, W. E. (2013). The Relationship Between Owner Characteristics, Company Size, And The Work–Family Culture And Policies Of Women-Owned Businesses. *Journal Of Small Business Management*, 51(2), 196-214.
- Adler, N. (2004). *Women In International Entrepreneurship*. Handbook Of Research On International Entrepreneurship, Edward Elgar Publishing Limited.
- Ağca, V. (2005). “Girişimcilik, Girişimcilik Yaklaşımları ve Girişimsel Süreç: Kavramsal Bir Çerçeve. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, 7(1), 149-167.
- Akehurst, G., Simarro, E., & Mas-Tur, A. (2014). Women Entrepreneurship In Small Service Firms: Motivations, Barriers And Performance. *The Service Industries Journal*, 32(15), 2489–2505.
- Aktaş, G. (2015). Kadın Girişimcilerin Sorunları: Kocaeli Örneği. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 27, 32-37.
- Ar, N. (2018). Türkiye’de Kadın Girişimcilere Uygulanan Teşvik Sistemi Ve Yarattığı Ekonomik Değerler. Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Arat, N. (1993). *Türkiye’de Kadın Girişimcilik*. Ankara: Tes Yayınları.
- Arıkan, C. (2013). Kadın Girişimcilikte Başarı Ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği. Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik, Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Aslan, Ş., & Atabey, A. (2007). Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi. *Journal of Azerbaijani Studies*, 1-17.
- Atik, S. (2002). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. , *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*(3).
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). Entrepreneurial Intent Among Students: Testing An Intent Model In Asia, Scandinavia, And Usa. *Frontiers Of Entrepreneurship Research*, Wellesley Ma, Babson College, 133-147.

- Bayram, N. (2010). Yapısal eşitlik modellemesine giriş amos uygulamaları. Ezgi Kitapevi.
- Biner, H. (2011). Ekonomide Kadın Girişimciliğinin Yeri: Türkiyede Az Gelişmiş Bölgeler Üzerine Bir İnceleme. Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praagcingri, M. V., & Verheuld, I. (2012). Entrepreneurship And Role Models. *Journal Of Economic Psychology*, 33(2), 410-424.
- Bowen, D. D., & Hisrich, R. D. (1986). The Female Entreprenur: A Career Development Perspective. *Academy Of Management Review*, 11(2), 393-407.
- Bozkurt, Ö. (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 93-111.
- Börü, D. (2006). Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yayın No.733, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Can, Y., & Karataş, A. (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın Itici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü Ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 251-261.
- Cohoon, J. M., Wadhwa, V., & Mitchell, L. (2010). The Anatomy Of An Entrepreneur- Are Successful Women Entrepreneur Different From Men? *The Foundation Of Entrepreneurship*.
- Cromie, S. (1987). Similarities And Differences Between Women And Men Who Choose Business Proprietorship. *International Small Business Journal*, 5(3), 23-34.
- Cuba, R., Descenzo, D., & Anish, A. (1983). Management Practices Of Successful Female Business Owners. *American Journal Of Small Business*, 8(22), 40-46.
- Çakıcı, A. (2006). Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(4), 54-78.
- Çelebi, N. (1997). Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler. T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Çelebi, N., & Sallan, S. (1997). Turizm Sektöründe Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, T.C. Başbakanlık, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.

- Çelik, C., & Özdevecioğlu, M. (2001). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri Ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 1. Orta Anadolu Kongresi, 18-21 Ekim, Nevşehir, 487-498.
- Demir, N. (2015). Türkiye’de Girişimcilik Ve Kadın. Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi, 27(315), 14-19.
- Demirel, E. T., & Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları.
- Deshpande, S., & Sethi, S. (2009). Women Entrepreneurship In India (Problems, Solutions & Future Prospects Of Development). International Research Journal, Research Paper/Commerce & Management, 2(9), 13-17.
- Dhillon, P. K. (1993). Women Entrepreneurs – Problems & Prospects. New Delhi: Blaze Publishers & Distributors.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. Pamukkale Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(9).
- Ecevit, Y. (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi. Kadını Girişimciliğe Özendirme Ve Destekleme Paneli; Ankara, Kadının Statüsü Ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi Yayın No: 74, Ankara, 15-34.
- Emre, S. (2013). Kadın Girişimcilerin Kültür Ve Cinsiyet Kaynaklı Zorlukları Aşabileceklerine İlişkin İnançları ve Bir Araştırma. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Erdurur, K. (2012). Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi. Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Eren, Ş. (1993). İhracat Sektöründe Kadın Girişimcilik. Kadın Girişimcilik.
- Erikson, T. (2002). Entrepreneurial Capital: The Emerging Venture's Most Important Asset And Competitive Advantage. Journal Of Business Venturing, Volume, 17(3), 275-290.
- Ersoy, A. (2018). Kadın Girişimci Kobilerde Eğitim İhtiyaç Algısının Finans Ve Diğer Fonksiyonlar Açısından Karşılaştırmalı Analizi. İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Fidan, F., & Yılmaz, T. (2006). Kadın Girişimciliğine Alternatif Bakış Serüven Mi? Macera Mı? Doğu Akdeniz Üniversitesi 2. Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı, Nisan, Kuzey Kıbrıs.

- Global Entrepreneurship Monitor. (2004). Report On Women And Entrepreneurship. Center For Women's Leadership At Babson College.
- Goffee, R., & Scase, R. (1985). Women In Charge: The Experience Of Female Entrepreneurs. London: Allen And Unwin.
- Goyal, M., & Parkash, J. (2011). Women Entrepreneurship In India-Problems And Prospects. International Journal Of Multidisciplinary Research, 1(5), 195-207.
- Güleç, S. (2011). Kadın Girişimciliği- Karaman Örneği. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Güney, S. (2015). Girişimcilik Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hisrich, R. D. (2014). Advanced Introduction To Entrepreneurship. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Hisrich, R., & Brush, C. (1984). The Woman Entrepreneur: Management Skills And Business Problems. Journal Of Small Business Management, 22, 31-37.
- Hisrich, R., & Brush, C. (1986). The Woman Entrepreneurs: Starting, Financing And Managing A Successful New Business. Lexington: Lexington Books.
- Hisrich, R., & O'brien, M. (1981). The Women Entrepreneur From A Business And Sociological Perspective. Frontiers In Entrepreneurship Research, 21-39.
- İlter, B. (2008). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- İplik, E. (2012). Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- İrmiş, A., Durak, I., & Özdemir, L. (2010). Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Jalbert, S. (1999). The Global Growth Of Women Entrepreneurs. Economic Reform Today.
- KAGİDER. (2018). https://www.kagider.org/docs/default-source/kagider-raporlar/kagider_sunum_2018.pdf?sfvrsn=4 adresinden alındı
- Karagöz, Y. (2016). SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Keskin, S. (2014). Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu. Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, 9(1), 71-94.

- Koç, E. (2005). Kadın Girişimciler Kavramı Ve Serbest Meslek Mensubu Kadın Girişimcilere İlişkin Konya İlinde Uygulamalı Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Köşker, S. (2004). Sakarya'da Kadın Girişimciliğinin Sorunlarının İncelenmesi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Krishnamoorthy, V., & Balasubramani, R. (2014). Motivational Factors Among Women Entrepreneurs And Their Entrepreneurial Success: A Study. *International Journal Of Management Research And Business Strategy*, 3(2), 12-26.
- Krueger, N. F., D.Reilly, M., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models Of Entrepreneurial Intentions. *Journal Of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Kutunis, R. Ö. (2006). Girişimci Kadınlar. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Kutlu, Ö. (2006). Türkiye'de Kadın Girişimciliği. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Kyrö, P. (2009). Gender Lenses Identify Different Waves And Ways Of Understanding Women Entrepreneurship. *Journal Of Enterprising Culture*, 17(4), 393-418.
- Lal, A. T. (2012). Women Entrepreneurs In India - Over The Years! Fore School Of Management, New Delhi, India.
- Leffel, A. V. (2009). Entrepreneurial Versus Organizational Employment Preferences: A Comparative Study Of European And American Respondents. *Journal Of Entrepreneurship Education*, 12(1), 79-92.
- Mcgowan, P., Redeker, C. L., Cooper, S. Y., & Greenan, K. (2012). Female Entrepreneurship And The Management Of Business And Domestic Roles: Motivations, Expectations And Realities. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(2), 53-72.
- Monitor, G. E. (2018). Global Entrepreneurship Research Association. Isbn-13: 978-1-939242-10-5.
- Müftüoğlu, T., & Durukan, T. (2004). Girişimcilik Ve Kobi'ler. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özar, Ş. (2005). Gap Bölgesinde Kadın Girişimciliği. Ankara: Gap-Gidem Yayınları.
- Palaniappan, G., Ramanigopal, C. S., & Mani, A. (2012). A Study On Problem And Prospects Of Women Entrepreneurs With Special Reference To Erode District. *International Journal Of Physical And Social Sciences*, 2(3), 219-230.

- Pandey, A., Raman, A. V., & Kaul, V. K. (2013). Women Entrepreneurship From A Global Perspective. *International Journal Of Research In Commerce, Economics & Management*, 3(6), 10-16.
- Parasuraman, S., & Simmers, C. A. (2001). Type Of Employment, Work–Family Conflict And Well-Being: A Comparative Study. *Journal Of Organizational Behavior*, 22(5), 551-568.
- Park, Y., Lee, J., & Hong, S. (2011). Effects Of International Entry-Order Strategies On Foreign Subsidiary Exit: The Case Of Korean Chaebols. *Management Decision*, 49(9), 1471–1488.
- Pellegrino, E., & Reece, B. (1982). Perceived Formative And Operational Problems Encountered By Female Entrepreneurs in Retail And Service Firms. *Journal Of Small Business Management*, 20(2), 15-24.
- Powell, G. N., & Eddleston, K. A. (2013). Linking Family-To-Business Enrichment And Support To Entrepreneurial Success: Do Female And Male Entrepreneurs Experience Different Outcomes? *Journal Of Business Venturing*, 28(2), 261-280.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological Approaches To Entrepreneurial Success: A General Model And An Overview Of Findings. *International Reviews Of Industrial Organizational Psychology*, 15.
- Salmenniemi, S., Karhunen, P., & Kosonen, R. (2011). Between Business And Byt: Experiences Of Women Entrepreneurs In Contemporary Russia. *Europe-Asia Studies*, 63(1), 77-98.
- Samani, V. S. (2008). A Study Of Women Entrepreneurs Engaged In Food Processing. Thesis Submitted To Saurashtra University For The Degree Of Doctor Of Philosophy In Home Science.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). A beginner's guide to structural equation modeling. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Shanine, K. K., Eddleston, K. A., & Combs, J. G. (2019). Same Boundary Management Preference, Different Outcome: Toward A Gendered Perspective Of Boundary Theory Among Entrepreneurs. *Journal Of Small Business Management*, 57(1), 185-205.
- Singh, S. P. (2008). An Insight Into The Emergence Of Women-Owned Businesses As An Economic Force In India. Presented At Special Conference Of The Strategic Management Society, Indian School Of Business, Hyderabad.

- Sipahi, E. (1997). Türkiye'de Girişimcilik Ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar Ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 5(1), 71-95.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağla Mında Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 65(1), 83-114.
- Şahin, E. (2006). Kadın Girişimcilik Ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Şekerler, H. (2006). Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar Ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Tahtalı, F. (2018). Türkiye'de Kadın Girişimciliği Ve Malatya Kentsel Alanda Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- TDK. (Erişim Tarihi 07.03.2019). Türk Dil Kurumu. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=tdk.gts.5d7b6e86197543.73917067 adresinden alındı
- TİSK. (2010). Avrupa Birliği'nde Girişimciliğin Geliştirilmesi. Yeşil Kitap.
- Top, S. (2006). Girişimcilik Keşif Süreci. İstanbul: Beta Yayınları.
- Top, S. (2017). Girişimcilik Niyeti. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Tulasidhar, B. V. (1993). Maternal Education, Female Labour Force Participation And Child Mortality: Evidence From The Indian Census. Health Transition Review, 3(2), 177-190.
- TÜİK. (2019). Türkiye İstatistik Kurumu. <http://tuik.gov.tr/Prehaberbultenleri.Do?Id=30707> adresinden alındı
- TÜİK. (Erişim Tarihi 05.04.2019). Türkiye İstatistik Kurumu. http://www.tuik.gov.tr/Preablo.Do?Alt_Id=1007 adresinden alındı
- TÜSİAD. (2003). Türkiye'de Girişimcilik Özet Bulgular. Türkiye'de Girişimcilik İle İlgili Tüsiad Basım Bülteni.

- Vijayakumar, T., & Naresh, B. (2013). Women Entrepreneurship In India- Role Of Women In Small And Medium Enterprises. *Trans Asian Journal Of Marketing & Management Research*, 2(7), 13-25.
- Wang, C. K., & Wong, P.-K. (2004). Entrepreneurial Interest Of University Students In Singapore. *Technovation*, 24(2), 85-177.
- Wonder, J. (1985). *Whole Brain Thinking: Working From Both Sides Of The Brain To Achieve Peak Performance*. Ballantine Books.
- Yılmaz, V., & Çelik, H. E. (2009). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-1*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Zeidan, S., & Bahrami, S. (2011). Women Entrepreneurship In Gcc: A Framework To Address Challenges And Promote Participation In A Regional Context. *International Journal Of Business And Social Science*, 2(14), 100-107.

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması	32
Tablo 2: Hisrich 'e göre Kadın Girişimci ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması ..	33
Tablo 3: Geleneksel ve modern kadın girişimciler	37
Tablo 4: Beynin Sol ve Sağ Bölümleri	39
Tablo 5: Başarılı Girişimci Kadınlarının En Belirgin Üç Özelliği	41
Tablo 6: Başarılı Girişimci Kadınlarında En Az Görülen Üç Özellik	42
Tablo 7: Kadınların Girişimci Olma Nedenleri	43
Tablo 8: Kadın girişimci Tipleri	44
Tablo 9: Kadın Girişimcilerin Mikro Boyuttaki Sorunları	47
Tablo 10: Ekonomik gelişme aşamalarının, 54 ekonomide cinsiyete göre erken aşamada girişimcilik faaliyetine yönelik ortalamaları	51
Tablo 11: Büyüklüğüne (ücretli çalışan sayısına) göre sahibi kadın olan girişimlerin oranı, 2007-2017	53
Tablo 12: Kadın Girişimcilerin Özellikleri	59
Tablo 13: Genel Girişimcilik Tutum Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları	60
Tablo 14: Genel Girişimcilik Tutum Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları	61
Tablo 15: Fırsat Tanımlamada Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları	62
Tablo 16: Fırsat Tanımlamada Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri Ölçeği Uyum Ölçüleri	63
Tablo 17: İş Kurmaya Sevk Eden Temel Nedenler Ölçeği Güvenirlik Analizi	64
Tablo 18: Eğitim Durumuna Göre Farklılık Testi	65
Tablo 19: İş Deneyim Sayısına Göre Farklılık Testi	66
Tablo 20: Toplam Girişimcilik Sayısına Göre Farklılık Testi	67
Tablo 21: Şu Anki Girişimcilik Sayısına Göre Farklılık Testi	68
Tablo 22: Kapatılan İşletme Sayısına Göre Farklılık Testi	69
Tablo 23: Fırsatları İşletmeye Dönüştürme Sayısına Göre Farklılık Testi	70
Tablo 24: Herhangi Bir Aile Üyesinden Kurulu İş Devir Alma Farklılık Testi	71
Tablo 25: Kariyer Tercih Nedenine Göre Farklılık Testi	72
Tablo 26: Girişimcileri İş Kurmaya Sevk Eden Temel Nedenler	73
Tablo 27: Ortalama sıralamasına göre kadın girişimcileri iş kurmaya sevk eden temel nedenler	79

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Girişimci Tanımında Vurgular	15
Şekil 2: Ailenin girişimcilik üzerine etkisi	22
Şekil 3: Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Güdüler	36
Şekil 4: Genel Girişimcilik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	61
Şekil 5: Fırsat Tanımlamada Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	63

EK 1: ANKET FORMU

Kadın Girişimcilerin İş Kurma Niyet ve Davranışlarının İncelenmesi: Karabük İli Örneği

Sayın girişimci; Bu anket, Doç. Dr. Ramazan Uygun danışmanlığı tarafından yürütülmekte olan Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne bağlı yüksek lisans tezimin bir parçasıdır. Araştırmanın genel amacı, Karabük ilinde kadın girişimcilerin profilinin girişimcilik üzerindeki etkisini, İş kurma niyet özelliklerinin ortaya çıkarılması ve girişimciliğin önündeki engelleri ortaya çıkarmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için hazırlanan anket formuna titizlikle vereceğiniz cevaplar bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak olup, cevaplarınız gizli tutulacak ve toplu olarak değerlendirilecektir.

Araştırmanın başarılı olabilmesi, sizlerin sorulara doğru ve anlaşılabilir cevaplar vermesine bağlıdır. Soru seçeneklerinden size en uygun olan şıkkı işaretlemeniz yeterlidir. Verdiğiniz bilgiler için teşekkür ederim.

İMRAN ÖZDEMİR

Mülakat Tarihi:

Mülakat Başlangıç Zamanı:

Mülakat Yeri:

Mülakat Bitiş Zamanı:

Mülakat Yapılan Girişimcinin İsmi, Temsil Ettiği Firma ve Ünvanı:

Mülakat Yapılan Girişimcinin İşletme(ler)deki pay oran(lar)ı:

Mülakat Yapılan Girişimcinin İletişim Bilgileri:

Tel.:

Gsm:

Mail:

1. DEMOGRAFİK BİLGİLER

1. Doğum Yeriniz :

2. Doğum Tarihiniz :

3. Cinsiyet :

4. Eğitim Düzeyiniz?

İlkokul Ortaokul Lise

Önlisans Lisans Lisansüstü

5. Babanız iş kariyeri boyunca kendi iş ya da işletmesine sahip oldu mu?

Evet Hangi iş alan(lar)ı:

Hayır

6. Herhangi bir aile üyesinden kurulu işi devir aldınız mı?

Evet Hangi iş alan(lar)ı:

Hayır

2. İŞ DENEYİMİNE İLİŞKİN BİLGİLER

1. Günümüze kadar sahibi ya da ortaklık payı olmadan personeli/işçisi olarak çalışılan toplam işletme sayısı:

2. İlk işletmenin sıfırdan kurulmasından, miras yoluyla devir ya da satın alınmasından önceki işi ve statüsü nedir?

3. Girişimcilik kariyeri boyunca sahip olunan toplam işletme sayısı:

4. Şu anda tek başına sahip olunan ya da ortaklık payı bulunan toplam işletme sayısı

5. Kapatılan ya da satılan toplam işletme sayısı

6. Aile işi ya da başka bir işte çalışan olarak edindiğiniz iş deneyimine dayanarak

İşletme kurdum Ailemden devir aldım

Satın aldım kurmadım

3. GİRİŞİMCİLİK KARIYERİNİN TERCİH EDİLMESİNİ SAĞLAYAN TEMEL NEDEN

Lütfen sizin için en önemli olan nedeni işaretleyiniz		
1	İşimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak	<input type="checkbox"/>
2	Ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği	<input type="checkbox"/>
3	İşsiz kalmıştım veya işten çıkarılmıştım	<input type="checkbox"/>
4	Yeni kurulan ve büyüyen bir işletmenin yarattığı fırsatlar ve problemlerle başa çıkmak için	<input type="checkbox"/>
5	Gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)	<input type="checkbox"/>
6	Hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için	<input type="checkbox"/>
7	Kendime, aileme ya da eşime ve çocuklarıma güvence sağlamak için	<input type="checkbox"/>
8	Diğer sebepler	<input type="checkbox"/>

4. GİRİŞİMCİLERİ İŞLETME KURMAYA SEVK EDEN ANA SEBEPLER

1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Kararsızım, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	İşimle ilgili kendi yaklaşımımı geliştirmek için yeterli özgürlüğe sahip olmak	1	2	3	4	5
2	Zamanımın kontrolünün kendi ellerimde olmasını istediğim için	1	2	3	4	5
3	Hayatımın o döneminde en mantıklı gelen karar olduğu için	1	2	3	4	5
4	Ortaya çıkan bir fırsatı değerlendirme isteği	1	2	3	4	5
5	Gelir seviyemi artırmak için (kar veya sermaye kazanımı)	1	2	3	4	5
6	Kendime, aileme ya da eşime ve çocuklarıma güvence sağlamak için	1	2	3	4	5
7	Bir şeyi başarmak ve bununla anılmak için	1	2	3	4	5
8	Yeni kurulan ve büyüyen bir işletmenin yarattığı fırsatlar ve problemlerle uğraşmak için	1	2	3	4	5
9	Aileme ve kendime yeterli zamanı ayırabilecek esnekliğe kavuşabilmek için	1	2	3	4	5
10	Öğrenmeye devam edebilmek için	1	2	3	4	5
11	Sürekli yenilikçi olabilmek ve teknolojik gelişmelerde en ön safta yer alabilmek için	1	2	3	4	5
12	Bir ürün fikri geliştirmek için	1	2	3	4	5
13	Toplumda yüksek bir mevkie sahip olmak için	1	2	3	4	5
14	Ailemin statüsünü ve itibarını artırmak için	1	2	3	4	5
15	İçinde yaşadığım toplumun refahına katkıda bulunmak için	1	2	3	4	5
16	Takdir ettiğim bir insanın izinden gitmek için	1	2	3	4	5
17	Aile geleneğini devam ettirmek için	1	2	3	4	5
18	Çevremde, arkadaşlarım arasında saygı görmek için	1	2	3	4	5
19	Vergiden muafiyet gibi dolaylı bazı avantajlara ya da imkânlara erişebilmek için	1	2	3	4	5
20	Akrabalarımın refahına katkıda bulunmak için	1	2	3	4	5
21	İşsiz kalmıştım veya işten çıkarılmıştım	1	2	3	4	5
22	Hemşerilerimin refahına katkı sağlamak için	1	2	3	4	5
23	Yaşadığım toplumda daha sözü geçen ve etkili biri haline gelmek için	1	2	3	4	5
24	Vergi yüklerinin altında ezilmemek adına bir araç olması için	1	2	3	4	5

5. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ TUTUM

1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Kararsızım, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	İşletme kurma süreci gözümü korkutur	1	2	3	4	5
2	Dikkat kapasitem kısa sürelidir	1	2	3	4	5
3	Sektörde büyümek için dışarıdan gelen önerilere açık olmak çok önemlidir	1	2	3	4	5
4	Bir girişimin yönetiminde uzun vadeli söz sahibi olmak hoşuma gider	1	2	3	4	5
5	Değişen çevresel koşulları önceden tahmin edebilir ve bunlara kendimi adapte edebilirim	1	2	3	4	5
6	İşletme kurma sürecinin ilk aşamalarını severim	1	2	3	4	5
7	Çoğunlukla yeni temaslar kurmaya ve ilişki ağına geliştirmeye çalışırım	1	2	3	4	5
8	İşletmeyle ilgili alınan her karardan haberdar olmak ve son sözü söylemek isterim	1	2	3	4	5

6. GİRİŞİMCİ TÜRLERİNİN FIRSAT TANIMLAMA KARŞISINDAKİ TUTUMLARI

1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Kararsızım, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	Yeni iş fırsatları genellikle belirli bir problemin çözüm aşamasında kendisini gösterir	1	2	3	4	5
2	Yeni iş fırsatları genellikle pazar veya teknolojik değişimler esnasında ortaya çıkar	1	2	3	4	5
3	Kendimi iş fırsatlarını gören biri olarak tanımlayabilirim	1	2	3	4	5
4	Yeni iş fırsatlarını araştırmayı ve/veya yeni iş fırsatlarını düşünmeyi severim.	1	2	3	4	5
5	Yeni iş fırsatlarıyla ilgili düşünceler için belirli bir pazara ya da teknolojiye özgü bilgi gerekli değildir	1	2	3	4	5
6	Bir iş fırsatının üzerine eğilmek genellikle diğer fırsatları da beraberinde getirir	1	2	3	4	5
7	İş fırsatlarının tespiti çeşitli öğrenme aşamalarını içeren ve zamanla olgunlaşan bir süreçtir	1	2	3	4	5
8	Bir iş fikri zamanla geliştirilebilecek bir konsepti temsil etmektedir	1	2	3	4	5
9	İyi iş fırsatlarını tanımlayabilmek, belirli bir pazara dalış yapmayı o pazarla ilgili derinlemesine bilgi sahibi olmayı gerektirir	1	2	3	4	5
10	Problem iş fikrini tanımlayabilmek değil, sermaye ve diğer kaynakları elde edebilmektir	1	2	3	4	5
11	Kariyerim boyunca tespit ettiğim iş fırsatları çoğunlukla birbiriyle bağlantılıdır	1	2	3	4	5

7. FIRSAT TANIMLAMADA KİŞİSEL ÖZELLİKLER

1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Kararsızım, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	En güçlü yönlerimden birisi hangi mal ve hizmetin daha çok talep edileceğini tespit edebilmektir	1	2	3	4	5
2	Karşılanmayan müşteri ihtiyaçlarını en doğru şekilde belirleyebilirim	1	2	3	4	5
3	En güçlü yönlerimden birisi kaynakları organize etme ve işleri koordine etmektir	1	2	3	4	5
4	En güçlü yönlerimden birisi insanları denetleme, etkileme ve yönlendirme yeteneğimdir	1	2	3	4	5
5	En güçlü yönlerimden birisi çalışanları organize ve motive ederek sonuçlara ulaşmak ve başarı sağlamaktır	1	2	3	4	5
6	En güçlü yönlerimden birisi teknik veya fonksiyonel (üretim, pazarlama, muhasebe, finans, vb.) bir alandaki uzmanlığımdır	1	2	3	4	5
7	En güçlü yönlerimden birisi etkin bir yetki verme ya da yetki devri kabiliyetimdir	1	2	3	4	5
8	En güçlü yönlerimden birisi en kaliteli iş fırsatlarını yakalamamdır	1	2	3	4	5
9	En güçlü yönlerimden birisi teknik açıdan üstün mal ve hizmet geliştirebilme kabiliyetimdir	1	2	3	4	5
10	Fırsatları tespit etme konusunda özel bir duyarlılığım ve yeteneğim vardır	1	2	3	4	5
11	Gerçek bir fırsatı görme konusunda profesyonel araştırmacı ve analistlerden daha iyiyimdir	1	2	3	4	5
12	Sınırlı olanaklar ve kaynaklarla en çok getiriyi sağlayacak biçimde kaynak tahsisi kararlarını verebilirim	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

1989 Karabük ili doğumlu İmran ÖZDEMİR, ilk, orta ve liseyi Karabük'te tamamlamıştır. 2009 yılında Sakarya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümüne giriş yaparak 2011 yılında mezun olmuştur. 2011 yılında Karabük Üniversitesi İşletme Bölümü lisans eğitimine başlamış ve 2016 yılında mezun olmuştur. Lisans eğitiminden sonra 2016 yılında Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimine başlamış ve eğitime devam etmektedir.