

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**TÜRKİYE'DE KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLERİN BAŞARILARININ
SOSYAL VE EKONOMİK BAKIMDAN KARŞILAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ümmügülsüm VURAL

İşletme Ana Bilim Dalı

İnsan Kaynakları Yönetimi Programı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Neşe SAĞLAM

MAYIS, 2016

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**TÜRKİYE'DE KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLERİN BAŞARILARININ
SOSYAL VE EKONOMİK BAKIMDAN KARŞILAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ümmügülsüm VURAL

(Y1512.190001)

İşletme Ana Bilim Dalı

İnsan Kaynakları Yönetimi Programı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Neşe SAĞLAM

MAYIS, 2016



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz İşletme Ana Bilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programı Y1512.190001 numaralı öğrencisi **Ümmügülsüm VURAL**'ın "**TÜRKİYE'DE KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLERİN BAŞARILARININ SOSYAL VE EKONOMİK BAKIMDAN KARŞILAŞTIRILMASI**" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 06.04.2016 tarih ve 2016/07 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından ile Tezli Yüksek Lisans tezi olarak edilmiştir.

Kabul

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi :05/05/2016

1)Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Neşe SAĞLAM

2) Jüri Üyesi : Prof. Dr. Salih GÜNEY

3) Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Nursel AYDINTUĞ


.....

.....

Not: Öğrencinin Tez savunmasında **Başarılı** olması halinde bu form **imzalanacaktır**. Aksi halde geçersizdir.

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye’de Kadın ve Erkek Girişimcilerin Başarılarının Sosyal ve Ekonomik Bakımdan Karşılaştırılması” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (02/05/2016)

Ümmügülsüm VURAL

ÖNSÖZ

Girişimcilik, dünyada ekonominin temel taşlarından biridir. İnsanlık tarihi ile başlayan girişimcilik, medeniyet ilerledikçe ekonomide önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Günümüz dünyasında girişimciliğin değeri daha fazla önem kazanmaktadır. Dünya ekonomisinde sınırların kalkışı, küreselleşme ile birlikte artan rekabet ortamında girişimcilik yenilikçi olmayı, zorluklarla mücadele edebilmeyi ve doğru ilişkiler kurabilmeyi gerekli kılmaktadır. Bu durum ise girişimcilikte başarı kavramını etkileyen faktörleri incelemeye yönlendirmiştir. Bu faktörlerden en önemlilerinden birisi ise girişimcilikte cinsiyet faktörüdür. Kadın ve erkek girişimcilerin başarıları arasındaki değerlendirmeler giderek daha önemli hale gelmektedir.

Bu çalışmada Kadın ve Erkek girişimcileri etkileyen faktörler incelenmiş, başarılarının sosyal ve ekonomik bakımdan karşılaştırılması araştırılmıştır. Araştırmada kadın ve erkek girişimcilerin mevcut durumu KOSGEB verilerinden faydalanılarak değerlendirilmiştir.

Çalışmalarında beni yönlendiren ve desteğini yanımda hissettiğim Tez Danışmanım Yrd. Doç. Dr. Neşe Sağlam'a, girişimcilik alanındaki çalışmalarından ve tecrübelerinden faydalanmış olduğum, bu süreçte desteğini esirgemeyen Dr. Hikmet Aytek'e ve araştırmalarımnda çalışmalarından faydalandığım, kaynakçada adı geçen tüm kişi ve kurumlara teşekkürlerimi sunuyorum.

Mayıs 2016

Ümmügülsüm VURAL

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR	vi
ÇİZELGE LİSTESİ	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT	ix
1. GİRİŞ	1
2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ	3
2.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimciliğin Tarihsel Süreci	3
2.1.1. Girişimcilik ve girişimcilik ile ilgili kavramlar	4
2.1.2. Girişimciliğin tarihsel gelişimi	8
2.1.3. Girişimciliğin ekonomiye katkıları	22
2.1.4. Girişimcilik ve yenilikçilik	25
2.2. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	28
2.2.1. Girişimcilik özellikleri	32
2.2.2. Girişimcilikte başarı	36
3. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	39
3.1. Girişimcilik ve Cinsiyet İlişkisi	39
3.2. Kadın ve Erkek Girişimci Özellikleri	43
3.2.1. Kadın girişimci tipleri	43
3.2.2. Erkek girişimci tipleri	52
3.2.3. Kadın ve erkek girişimci tipleri arasındaki farklar	54
3.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Olumsuz Etkiler	60
3.3.1. Eğitim düzeyinin düşük olması	65
3.3.2. Toplumun geleneksel inanç ve baskısı	66
3.3.3. Sosyal sorunlar	67
3.3.4. Cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı	67
3.3.5. Sermaye eksikliği	68
3.3.6. Girişimcilikte rol modellerin eksik olması	69
3.3.7. Cam tavan engeli	70
3.3.8. Cinsel ve duygusal taciz	72
3.3.9. Zaman darlığı	72
3.3.10. Rol çatışması	72
3.3.11. Sosyal pozisyon ve iletişim eksikliği	73
3.3.12. Basmakalıp yargılar	74
3.3.13. Tecrübe eksikliği	74
3.3.14. Bürokratik engeller.....	75
3.4. Kadın Girişimcilere Yönelik Destek Projeler	76
3.4.1. Eğitim politikası	80
3.4.2. İş piyasalarının düzenlenmesi	82
3.4.3. Kredi ve destek politikaları	84

3.4.4. Örgütlenme	86
3.5. Türkiye’de Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırması	87
4. TÜRKİYE’DE KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLERE YÖNELİK VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ	91
4.1. Araştırmanın Önemi	91
4.2. Araştırmanın Amacı	91
4.3. Araştırmanın Kapsamı	92
4.4. Araştırmanın Yöntemi	92
4.5. Araştırmanın Bulguları	93
4.5.1 Kadın ve erkek girişimcilerin oranlarının karşılaştırması	93
4.5.2 Kadın ve erkek girişimcilerin coğrafi oranlarının karşılaştırılması ..	95
4.5.3 Kadın ve erkek girişimcilerin sektörel karşılaştırması	101
5. SONUÇ	107
KAYNAKLAR	109
ÖZGEÇMİŞ	123

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu
ÇATOM	: Çok Amaçlı Toplum Merkezi
DİE	: Devlet İstatistik Kurumu
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GAP-GİDEM	: Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi
GEM	: Dünya Girişimcilik Platformu
GİDEM	: Girişimci Destekleme Merkezleri
GİSEP	: Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı
İŞKUR	: Türkiye İş Kurumu
KADAV	: Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KAMER	: Kadın Merkezi
KAGİDER	: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	: Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	: T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
SRAP	: Sosyal Riski Azaltma Projesi
TİSVA	: İsrافی Önleme Vakfı
TKV	: Türkiye Kalkınma Vakfı
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOBB-KGK	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kadın Girişimciler Kurulu
TÜGİAD	: Türkiye Genç İşadamları Derneği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
UÇÖ	: Uluslararası Çalışma Örgütü

ÇİZELGE LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Çizelge 2.1 : 1921 Yılında “Anadolu” Sanayisinin Durumu	14
Çizelge 2.2 : 1913 Yılında Osmanlı Devleti Sanayisinde Yurtiçi Üretim Yurtiçi Tüketimi Karşılama Nispeti (%).....	15
Çizelge 2.3 : 1988-2009 Dönemi Arasında Türkiye’deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı.....	19
Çizelge 2.4 : Farklı Ülkelerde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ekonomideki Yeri	25
Çizelge 2.5 : Kendi İşini Kurabilmek İçin Gerekli Nitelik ve Şartların Dağılımı	35
Çizelge 3.1 : Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumu	45
Çizelge 3.2 : Kadın Girişimci Tipleri	48
Çizelge 3.3 : Kadın ve Erkek Girişimcilerin Farkları	55
Çizelge 3.4 : Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar	79
Çizelge 3.5 : Türkiye’de Toplam Girişimci İçinde Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı	89
Çizelge 4.1 : 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Dağılımı (Yıllara Göre)	93
Çizelge 4.2 : 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Yüzdeler Dağılımı (Yıllara Göre)	94
Çizelge 4.3 : 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Yüzdeler Dağılımı	95
Çizelge 4.4 : 2012-2013 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Dağılımı)	96
Çizelge 4.5 : 2014-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Dağılımı	96
Çizelge 4.6 : 2012-2013 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Yüzdeler Dağılımı	97
Çizelge 4.7 : 2014-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Yüzdeler Dağılımı	97
Çizelge 4.8 : 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Sektörel Dağılımı	101
Çizelge 4.9 : 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Sektörel Yüzdeler Dağılımı	102

TÜRKİYE’DE KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLERİN BAŞARILARININ SOSYAL VE EKONOMİK BAKIMDAN KARŞILAŞTIRILMASI

ÖZET

Girişimcilik ekonominin temel kavramlarından biri haline gelmiştir. Günümüz dünyasında girişimlerin değeri giderek ön plana çıkmaktadır. Bir işletmenin devamlılığı ekonomik başarısına bağlıdır. Klasik girişimciler olan erkekler ile önemi ve ekonomik değeri giderek artan kadın girişimcilerin başarı algısındaki benzerliklerinin ve farklılıklarının ortaya çıkarılması oldukça önemlidir.

Erkek ve kadın girişimcilerin karşılaştırılmasında sosyal çevre, demografik yapı ve sektörel seçimler önemli faktörler olarak kendini göstermektedir. Özellikle kadın girişimcilerin yaşadıkları bölge ve sektör seçimleri işletme başarısını etkileyen yapı taşlarıdır.

Bu çalışmada KOSGEB verilerinden faydalanılarak kadın ve erkek girişimcilerin mevcut durumu, bölgesel oranları ve sektörel oranları değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimci, Girişimcilik, Kadın Girişimci, Girişimcilikte Başarı, Girişimcilikte Cinsiyet.*

COMPARING THE SOCIAL AND ECONOMIC ASPECTS OF SUCCESS OF WOMEN AND MEN ENTREPRENEURS IN TURKEY

ABSTRACT

Entrepreneurship has become one of the fundamental concepts of economics. The value of enterprises in the world today is becoming increasingly come into prominence. Continuity of a company depends upon its success in economics. In this sense, revealing the similarities and differences between men's, who are classical entrepreneurs, and women's, whose importance and economic value is increasing, perception of success is quite important.

The comparison of men and women entrepreneurs in the social environment, demographic structure, sectoral elections presents itself as an important factor. Especially sector and region choices by women entrepreneurs are the building blocks that affect the success of the company.

In this study, the current situation of men and women entrepreneurs regional rates and sectoral rates were benefiting from KOSGEB data.

Key Words: *Entrepreneurs, Entrepreneurship, Women Entrepreneurs, Success in Entrepreneurship, Gender Entrepreneurship.*

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihi ile birlikte başlayan girişimcilik, insanların temel ihtiyaçlarını temin etmek amacıyla var olmuştur. Beslenme, barınma, ısınma gibi temel ihtiyaçlar, taş ve maden kullanarak el aletleri yapımı, yerleşik hayata geçiş ve tarım faaliyetleri gibi girişim örneklerine başlangıç oluşturmuştur. Ekonominin gelişimi içinde kendine önemli bir yer bulmuş olan girişimcilik, teknolojinin gelişmesi, küreselleşme gibi faktörler ile birlikte giderek daha fazla önem kazanmıştır.

Ekonomide bu kadar önemli bir pay sahibi olan girişimcilik, aynı zamanda yarattığı istihdam artışı ile birlikte, üzerinde yoğun çalışma gerektiren bir alan haline gelmiştir. Girişimcilikte başarı temel kriteri oluşturmakta ve bu başarıyı etkileyen faktörler incelenmektedir. Girişimciliği etkileyen faktörler, eğitim, cinsiyet, tecrübe, sosyal çevre, demografik yapı, kişilik özellikleri gibi çoğaltılabilmektedir.

Girişimciliği etkileyen en önemli faktörlerden birisi de cinsiyet faktörüdür. Ve hatta diğer birçok faktör bu kategorinin altında da değerlendirilebilmektedir. Kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılmasında eğitim, tecrübe, sosyal çevre ve hatta kaynak bulma gibi faktörler ayrı ayrı incelenebilmektedir.

Ekonomik alanda Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik çok daha fazla önem kazanmakta, özellikle nüfusun ortalama yarısını oluşturan kadınların girişimciliğe yönlendirilmesi teşvik edilmektedir. Bu da girişimcilikte başarı kavramının önemiyle birlikte kadın ve erkek girişimcilerin başarılarının karşılaştırılması ihtiyacını doğurmuştur.

Türkiye’de kadın ve erkek girişimcilerin başarılarının sosyal ve ekonomik bakımdan karşılaştırılması amacıyla hazırlanmış bu çalışmada, kadın ve erkek girişimcileri etkileyen faktörlerin açıklanabilmesi ve veriler ışığında günümüzde kadın ve erkek girişimcilerin yaşadıkları bölgeye göre yoğunlukları ve sektörel seçimlerini belirlemek amaçlanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümde, girişimcilik ile ilgili kavramlar ve girişimciliğin tarihsel gelişimi incelenecek, girişimciliği etkileyen faktörler ve girişimcilikte başarı kavramı irdelenecektir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, girişimcilik ve cinsiyet ilişkisinden bahsedilecek, kadın ve erkek girişimci özellikleri ayrı ayrı incelenerek kadın ve erkek girişimci tipleri arasındaki farklılıklar belirlenecektir. Kadın girişimcilerin karşılaştığı olumsuz etkiler ve kadın girişimcilere yönelik destek projelerden de bahsedilecektir. Ayrıca bu bölümde, günümüzde kadın ve erkek girişimcilerin durumu, sosyal ve ekonomik başarıları konusunda değerlendirmeler sunulacaktır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, KOSGEB verilerinden faydalanılarak kadın ve erkek girişimcilerin mevcut durumları değerlendirilecek, veriler ışığında kadın ve erkek girişimci oranları, bölgesel dağılımları ve sektörel seçimleri analiz edilecektir.

2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

2.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimciliğin Tarihsel Süreci

Girişim, genel olarak iki farklı bakış açısıyla ele alınmaktadır. Birinci yaklaşımda girişim kavramı mal ve hizmet üretimini veya pazarlamasını gerçekleştiren bu amaçla gerekli faktörleri bir araya getiren ekonomik yapılar olarak belirtilmektedir. Diğer yaklaşımda girişim kavramı daha soyut bir bakış açısıyla ele alınmakta girişimler ve teşebbüsler, girişimcilik arzulayan bireylerin işletmelerini kurmaları amacıyla gösterdikleri çabalar ve katlandıkları zorluklar şeklinde ifade edilmektedir.

Girişimcilik, içerisinde pek çok etmeni bulundurması sebebi ile, çok yönlü incelenmesi ve ele alınması uygun olan bir kavramdır. Çünkü girişimcilik, bizzat girişimcinin kendisiyle, girişimcinin kurduğu veya devam ettirdiği örgütle ve hem işletmenin hem de girişimcinin içerisinde bulunduğu kültürel, sosyal, fiziki, ekonomik, vb. ortamlarla bir bütündür (İrmiş ve Dğr, 2010:17).

Girişimciliğin kabul görmüş birçok farklı tanımlamaları bulunabilmektedir. Girişim ve girişimcilik kavramı hem iktisat literatüründe hem de işletmecilik literatüründe kullanılabilir. Pek çok araştırmacı girişimcilik kavramını, küçük işletmelerin kurulması ve bu işletmelerin yönetimi ile özdeşleştirmişlerdir. Kimi araştırmacılar ise girişimciliği, yeniliklerin yakalanması, fırsatların değerlendirilmesi, risk alma ve bunların tamamının uygulanması süreci olarak tanımlamaktadır. Fakat bu tanımlar girişimciliği açıklayabilmek adına eksik ve yetersiz bulunmaktadır. Girişimcilik genel olarak; ortaya çıkmış fırsatlardan faydalanma veya yeni fırsatlar ortaya çıkartma amacıyla üretimin ve hizmetin girdilerini koordine etme yeteneği ve risk alma potansiyeliyle birleştirilerek çıktıya dönüştürmek olarak tanımlanabilmektedir. (Tosunoğlu, 2003).

Girişimcilik, ülkelerin ekonomik gelişimi ve kalkınmasındaki itici güç olmasından dolayı tarihsel süreçte yerleşik olmayan göçebe yaşamdan yerleşik yaşayış ve beraberinde tarım toplumuna, tarım toplumunun gelişiminden sanayi toplumuna,

sanayi toplumunun gelişiminden bilgi toplumuna geçişlerde önemli bir kavram olmuştur. (Top, 2006:3). Girişimcilik hem bireysel hem de toplumsal anlamda, ekonomik, sosyal, teknolojik ve psikolojik gelişim ve değişimin doğal bir devimselciliği olduğundan ve bunlardan dolayı refah ortamı oluşturduğu için bir çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. (Güney, 2004:45).

Girişimci ve girişimcilikle ilgili kavramların tanımlanmasında ortak bir görüş oluşturulamamış bir fikir birliğine varılamamıştır. Bu sebeple girişimcilik ve girişimci kavramlarının doğru olarak anlaşılabilmesi için mevcut tanımları ve kavramları incelememiz gerekmektedir (Demirel ve Tikici, 2004:50). Bu nedenle, girişimcilik tanımlamalarının yanı sıra girişimcilik ile ilgili kavramlar açıklanarak konunun daha iyi anlaşılması sağlanabilir.

2.1.1. Girişimcilik ve girişimcilikle ilgili kavramlar

Girişimci ve girişimcilik kavramı ekonomik ve finansal bir yapı içinde ele alınabilmektedir. Girişimci, ekonomik ve finansal yönden, piyasaya arzı ve piyasa talebini yönlendirebilen, pazar arayışında olan bireydir. Girişimcilik, mevcut kaynakları finansal olarak aktive etme ve faaliyete geçirme etkinliği olarak düşünülmektedir. (Aytaç, 2006:141)

Üzerinde fikir birliğine varılmış genel bir girişimcilik tanımı yapmak oldukça zordur. Çünkü girişimcilik, mevcut kavram ve yapılarla karıştırılabilmekte, anlaşılabilmesi zor nitelikte bir kavramdır. Girişimcilik kelimesinin tarihsel kökleri incelendiğinde, dilimize “entrepreneur” kelimesinden çevrilmiştir. “Entrepreneur” kelimesi ise Fransızca bir kelime olan “entreprendre” kelimesinden türemiştir. “Entreprendre” kelimesinin anlamı ise “bir şey yapmaktır” (TÜSİAD 2002: 33; Şahin 2006: 4; İler 2008: 5). Ortaçağ döneminde ise girişimci, aktif olarak iş hayatında faaliyet gösteren kişi manasında yer bulmuştur (TÜSİAD 2002: 33).

Richard Cantillon'ın tanımlamasında girişimci, hâlihazırda belirlenmemiş bir karşılıkla satmak için üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan kişi olarak belirtilmiştir. Jean Baptise Say, girişimcilik tanımlamalarında, girişimcilerin risk alması gerekliliğinin yanı sıra, üretim girdilerini yönetme ve örgütleme yeteneğine sahip olması gerekliliği üzerinde durmuştur. A.Schumpeter ise girişimcilikte önemli kavramlardan biri olan yenilikçilik üzerinde durmuş, girişimcinin dinamik ve

yenilikçi olma niteliğini ise, ekonomik kalkınmada önemli bir faktör olarak görmüş, istihdam imkânlarının temellerinden biri olarak vurguladığı girişimciye toplumda değişimin oluşmasında rol alacak bir sorumluluk yüklemiştir.

Girişimcilik ile ilgili kavramlar literatüründe, bir girişimcide bulunması gerektiği düşünülen tüm değişik niteliklerin farklı önemlerle vurgulanmasıyla oluşturulan pek çok tanımla karşılaşmak mümkündür. Bu açıdan bakıldığında girişimcilerin sahip olduğu niteliklerin incelenmesi, girişimcinin işlev ve rollerinin incelenmesi ve girişimcinin faaliyet ve davranışlarının incelenmesi farklı tanımlamalar yapılmasına neden olmaktadır. Faaliyet ve davranışlara yoğunlaşan bir tanımlamada girişimcilerin, (Karar No: 2015/18)

- Kendi oluşturduğu fırsatları veya mevcut fırsatları kullanabilmek için eldeki kaynaklarını temin ettiği ihtiyaç duyulan kaynaklarla birleştirerek, bunların tümünü üretim ve hizmete dönüştürmek için organize eden,
 - Bir işletme kurmanın bütün süreçlerinde kendi kendine inisiyatif alabilen ve liderlik özellikleri gösteren,
 - İşletme kurulması ve organizasyonu aşamalarındaki riskleri hesaplayabilen ve bunlarla ilgili önlemleri alarak oluşabilecek risklere rağmen sürecine devam eden,
 - Faaliyet sürecinde sürekli yenilikler arayan ve bu arayışı sadece müşteri beklentilerine bağlı kalmanın ötesinde kendisi de beklenti oluşturabilen,
- özelliklerinin öne çıktığı söylenebilmektedir.

GEM tarafından yapılan tanımlamaya göre girişimci, yeni bir işe ve yaratıcılığa atlıdır. Girişimci, halihazırda var olan bir işi bireysel veya takım halinde genişletmeye, yeniden kurmaya veya kendine iş kazandırma, yeni bir iş kurmaya çalışan kişidir (GEM, 1999).

İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı (OECD) ise girişimciyi, kaynakları iyi değerlendirebilen ve yeni iş imkânlarını şekillendirebilme yeteneğine sahip olan kişi olarak tanımlamaktadır. OECD, 2006 yılında “Girişimcilik Göstergeleri Programı” nı başlatmıştır. Resmi istatistiki kaynaklardan alınan girişimcilik ile ilgili verilerin

derlenmesi özelliğindeki uluslararası bir çalışma olan bu program kapsamında girişimciyi şu şekilde tanımlamaktadır:

“Girişimci, yeni süreçleri, ürünleri veya pazarları belirleyip bunları kullanarak yeni bir iktisadi faaliyete başlayan veya mevcut bir iktisadi faaliyeti geliştirerek değer yaratan kişidir. Yapılan bu tanımda girişimci, sadece yapmış olduğu eylemlerle değil, eylemlerin sonuçlarına göre de değerlendirilmektedir. Girişimci fikrini, zamanını ve mevcut diğer kaynaklarını kullanarak belirsizlik ve risk içeren bir faaliyet başlatır ve yatırım yapar. Gerçekleşen bu yatırım ve faaliyet ile yeni ve öncekilerin gerekliliğini ortadan kaldırarak yok olmasına neden olacak sonuçlar ortaya çıkarmalı, hem sosyal hem de ekonomik bir değer oluşturmaktadır.” (Karar No: 2015/18)

GİSEP’te bu tanımlamalar temel olarak alınmıştır. Bu tanımların yanı sıra faaliyetlerin operasyonel sınırlarının oluşturulmasına da ihtiyaç duyulmaktadır. Operasyonel sınırlar faaliyetlerin yapısını ve hedef kitle niteliklerini uygun biçimde tanımlayabilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede GİSEP tarafından operasyonel sınırları belirleyen tanımlamalar aşağıda irdelenmiştir: (Karar No: 2015/18)

- **Girişimcinin faaliyet gösterdiği işletme;** küçük veya orta ölçekli işletmeler, mikro işletmeler olarak belirlenmiştir. Girişimcilik ve girişimci işletme büyüklüğü alanında sınırlandırılmıştır.
- **İstihdam;** girişimci işletmesinde bir veya daha fazla çalışan istihdam edebilir veya tek başına faaliyet gösterebilir.
- **Hukuki;** Bir girişimci faaliyet göstereceği işletmeyi, Türk Ticaret Kanunu, Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu, Borçlar Kanunu vb. diğer kanunlarda belirtilen şekillerde, kapsamlarda ve özelliklerde kurar.
- **Potansiyel girişimci,** kendi işini kurmak ve faaliyet göstermek niyeti ve ihtimali olan kişidir.
- **Kuruluş aşamasındaki girişimci,** kendi işini kurma sürecine başlamış olan yeni bir iş kurmanın ilk faaliyetlerini başlatan kişidir.
- **Yeni girişimci,** bir işletmenin 3,5 yıldan daha kısa bir süredir sahibi olan, yöneticiliğini yapan kişidir.

- **Kadın girişimci**, bir işletmenin en az %30 payla sahibi olan veya tek başına bir işletme sahibi olan kadın cinsiyetine sahip girişimciler veya potansiyel girişimcilerdir.
- **Genç girişimci**, bir işletmenin en az %30 payla sahibi olan veya tek başına bir işletme sahibi olan 18-29 yaş arasındaki girişimciler veya potansiyel girişimcilerdir.
- **Engelli girişimci**, bir işletmenin en az %30 payla sahibi olan veya tek başına bir işletme sahibi olan ve 30.03.2013 tarihli ve 28603 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmış olan “Özürlülük Ölçütü, Sınıflandırması ve Özürlülere Verilecek Sağlık Kurulu Raporları Hakkında Yönetmelik” hükümlerinde belirtildiği şekilde, doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yetenekleri bakımından engel durumuna göre tüm vücut fonksiyon kaybı oranının %40 ve üzerinde olduğunu, ilgili sağlık kuruluşlarınca verilecek sağlık kurulu raporu ile belgeleyebilen girişimciler veya potansiyel girişimcilerdir.
- **Sosyal girişimler**, sistematik değişimleri hedefleyen, sosyal sorunların çözümünü hedef alan ve buna yönelik faaliyetler gerçekleştiren temelde girişimcilik kavramına bağlı veya serbest piyasa fonksiyonlarına bağlı yöntemler kullanan kuruluşlardır.
- **Yenilik (inovasyon)**, yönetimsel süreçlerinde, iş uygulamalarında, dış ilişkilerinde, pazarlama yönetiminde yeni bir organizasyonel yöntem uygulanması, olarak tanımlanabileceği gibi, önemli oranda değiştirilmiş veya tamamen yeni bir ürün, mal ya da hizmet olarak da tanımlanmaktadır. Yenilik (inovasyon) girişimcilik tanımlarında yoğunlukla kullanılan özelliklerden biri olmakla beraber kimi tanımlarda girişimciliğin temel gereksinimi olarak nitelendirilmiştir. Bu bağlamda yenilikçi girişimci kavramı ise yenilik faaliyetlerini yerine getiren girişimci olarak tanımlanabilmektedir.
- **Girişim sermayesi**, bir girişim faaliyetinde gerekli maddi kaynaklar olarak tanımlanabilmektedir. Girişim sermayesi; öz sermaye, girişim şirketlerine ortaklık veya çeşitli borçlanma araçlarının kullanımı şeklinde belirtilebilmektedir.

- **Bireysel katılım yatırımcısı**, bir girişim faaliyetinde gerekli girişim sermayesi için kişisel varlıklarını kullanan veya birikim ve tecrübelerini başlangıç aşamasındaki bir girişim faaliyetine veya büyüme aşamasındaki şirketlere aktaran gerçek kişilerdir.

2.1.2. Girişimciliğin tarihsel gelişimi

Girişimcilik kavramı insanlık tarihi ile başlamakta, avcılık, el aletlerinin yapımı, hayvancılık, tarıma geçiş gibi insanlık tarihinin temel süreçlerinin her biri girişim kavramı altında sayılabilmektedir. Çağımız bilgi toplumu olarak adlandırılmakta, oluşan kültürel değişim içinde girişimci ve girişimcilik kavramına da yenilikler ve değişiklikler getirmektedir. Bilgi gelişimi ve kültürel değişim, geçmişteki alışılmış kavramların yerini yenilikçi ve bilgiye dayalı bir anlayışa bırakmış, bilgiye dayalı düşünebilen ve yenilikçi özelliğe sahip girişimcilik kavramını oluşturmuştur. Bu perspektiften bakıldığında girişimcilik tarihi detaylı ve geniş bir kapsam barındırmaktadır.

Ekonominin bir bilim dalı olarak kabul edilmeye başlamasıyla beraber girişimcilik, 1700'lü yıllara gelindiğinde devletlerin merkezci yapısından ve anlayışından ayrılmasıyla ortaya çıkan bir süreç olarak oluşmuştur. Devletin merkeziyetçi yapısından ayrılmasıyla ortaya çıkan bu gelişme özel girişim yönelimlerini başlatmış ve girişimcilik olgusu tarihsel olarak kabul görmüştür. (Betil 2007: 21).

Bu çalışmada girişimciliğin ekonomi bilimi içinde değerlendirilmeye başlandığı tarihsel gelişim süreci kısaca özetlenecek, dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimi ve Türkiye'de girişimciliğin tarihsel gelişimi bağlamında açıklanacaktır.

2.1.2.1. Dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimi

Marco Polo'nun gerçekleştirdiği Uzakdoğu ticaret yollarını geliştirme çalışması, şimdiki anlamıyla ilk risk alarak yatırım yapma işlemi olarak görülmüştür. Marco Polo, Uzakdoğu da satmak amacıyla Avrupa'da üretilen ürünlerden satın almış ve bu ürünlerin ticaretini gerçekleştirmiştir. Ortaçağlarda ise girişimcilik daha büyük projeler olarak görülmüş, girişimciler de büyük projeleri organize eden bireyler olarak tanımlanan bir kavram olmuştur. Bu girişimciler şato, manastır ya da katedral gibi devleti yöneten birimler tarafından maddi kaynakları sağlanan yapıların organizasyonunu sağlamıştır. 17. yüzyılda da girişimciler devlet otoritesinden

uzaklaşmamış, yine devletle etkileşim halinde olan kişiler olarak tanımlanmıştır. Fakat bu sefer girişimci organizasyondan ve koordinasyondan daha fazla üretimsel süreçte devleti yöneten birimlere karşı taahhütlerde bulunmuştur. (Doğramacı 2006: 8-9).

Avrupa’da pazar ekonomisinin gelişmesi ile birlikte, girişimcileri tüketici taleplerine cevap vermeye yöneltmiştir. Avrupa ülkelerinin iktisadi politikaları, Modern Çağ başlarında iki amaca yöneliktir: Bunlardan birincisi, devleti güçlendirmek için ekonomik gücü kullanmak; İkincisi, ekonomik gelişmeyi ve ülke gelişmesini sağlamak için devletin gücünü kullanmak. Fakat, devletlerde gelir sağlama, her şeyden önce geliyordu ve bu sebeple üretim faaliyetlerine zararı dokunan politikaların uygulanmasına yol açıyordu (Güran, 1991: 98).

16. ve 19. Yüzyıllar arasında iki iktisadi görüş gözlemlenmektedir. Bunlardan biri Merkantilizm, diğeri Fیزیokrasidir.

“Merkantilizm” Batı Avrupa ülkelerinde, 1500 ile 1800 yılları arasında iktisadi fikir ve uygulamalar olarak adlandırılmıştır. Merkantilizm esasen devlet idaresine dayanmakta ve iktisadi politikası, hem ekonominin hem de devletin birlikte büyüebilmesini ve güçlenebilmesini sağlayacak temel araç olarak görülmektedir. Söz konusu dönemlerde güçlü bir devlet olmanın ölçütlerinden bir tanesi de devlet hazinesinin büyümesiydi ve bunun için de dış ticaretin aktif olması, dengesinin pozitif olması, yani ithalattan çok ihracat gerekliliği ortaya çıkıyordu. Dolayısıyla tacirler ile hükümdar arasında çıkar birliği olmuştu (Güngör, www.ceterisparibus.net). Avrupa ülkelerinde girişimciler ticaretle uğraşmışlar, kazandıklarıyla güç kazanmışlar, güç kazandıkça da siyasi alanda söz sahibi olmuşlardı. Kazandıkları bu siyasi haklarla kendileri lehine elverişli bir Avrupa şekillendirmişlerdi. Bu kazançlar sınırları yeniden çizmiş, siyasi süreçler değişmiş, güç elde etmek için daha çok kazanmak, zenginlikleri daha çok artırmak Avrupa'nın temel yapısı olmuştu. Sınırları belirlenmiş Avrupa ülkeleri arasında oluşan bu rekabet ise teknik gelişmelerin yaşanmasının önünü açmıştı.

Merkantilist düşüncenin aksine “Fیزیokrasi”, özgürlükten yana bir iktisadi görüştür. Tarımsal üretim ve tarımsal üreticiyi ön planda tutmuştur. Bunun temel nedeni o dönemlerde Fransa'nın bir tarım ülkesi olması, tarımdaki yüklü vergi sistemi ve

tarımsal üretimdeki azalma olarak görülmektedir. Fیزیokrat düşünce sahiplerine göre ekonomik sistemin temeli kişisel çıkar (self interest) ilkesinden oluşmaktadır. Fیزیokratlara göre insan davranışlarının yarar ve zararlarını hesaplar ve diğer insanlarla işbirliği yapmanın gerekliliğini kabul eder. “Bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler” (Laissez Faire, Laissez Passer) sloganı, bu temel düşünceyi ifade eden bir slogan olarak ortaya çıkmıştır (Vural, 2006: 44).

18. yüzyılda tek elden yönetilen merkezîyetçi devlet anlayışı son bulduğu gibi her şeyin devletten beklenmesi, devlet tarafından yapılması da tarihe karışmıştır. Böylece tarihsel süreçte modern girişimci kavramı oluşmuştur.

Endüstri devriminin başlamasıyla dünya büyük bir değişimin içine girmiş ve İngiltere başta olmak üzere pek çok ülkede endüstri yayılmaya başlamıştı. İnsanların yerini makineler alıyor, üretim süreçlerinde insan gücüne çok daha az ihtiyaç duyuluyor, insanların refahını sağlayan sanayi mamulleri giderek artıyordu. Şehirleşmeler başlamış, insanlar arasındaki maddi gelir dağılımı oranları büyümüş, zengin ve fakir bir arada görülür olmuş, kapitalizm gelişme sürecine girmişti. Üretim faaliyetlerindeki bu değişim ve gelişmeler iktisadi düşünceleri de etkilemişti. (Üstünel, 1994: 88-89).

Ekonomi biliminin temel kavramlarından olan klasik iktisat teorisi daha önceki teorilerin tersine bireysel girişimciliğe önem vermiştir. Bu sebeple devlete çok az görev yüklenmiş, devlet bireyin faaliyetlerini sınırlayıcı olarak görülmüştür. Dolayısıyla ekonominin temeli birey olarak görülmüştür. (Güngör, www.ceterisparibus.net).

Klasik İktisat Teorisi 19. yüzyılın ortalarına gelinceye kadar egemen iktisadi düşünce olarak varlığını sürdürmüş, çeşitli eleştirilerle de karşı karşıya kalmıştır. Devlet müdahalesine karşı tutumu ile kurulacak olan piyasalara ve girişimcilik süreçlerine müdahaleye izin verilmemesi gerektiğini savunmuş ve bu sayede klasik iktisat teorisiyle beraber girişimcilik, özel girişimler önem kazanarak sürekli gelişme ortamı bulmuştur.

19. yüzyıl başlarında sanayileşme de gelişmeye başlamış, makineleşme artmış ve bu makineleşme ile birlikte girişimcilikte artış göstermiştir. Bireysel girişimlerin büyük oranda artışı görülmüştür. İşletmelerin ölçekleri artmış, kapasitesi büyüyen işletmeler

yönetimlerini daha profesyonel bir anlayış içinde yürütmeye başlamıştır. Bu sayede profesyonel yönetim anlayışı da gelişme göstermiştir. Daha sonrasında ise, profesyonel anlayış ve uzmanlaşma beraberinde kitlesel üretimi getirmiş, bununla beraber girişimcilik ciddi ölçüde gelişmiştir. Bunların doğal sonucu olarak da dünyanın dört bir yanında girişimcilik yaygınlaşmış ve yeni girişimciler ortaya çıkmaya başlamıştır. (Şekerler 2006: 46-50).

Sanayileşme süreci İngiltere'de başlaması ile, girişimci birey özellikleri farklı nitelikler de edinmeye başlamıştır. Bu nitelik ve değişimler aynı zamanda girişimcilerin toplumdaki önemini ve ekonomik değerlerini arttırmıştır. Diğer yandan bu gelişimin bir sonucu olarak ekonomide de girişimcilik önemli etmenlerden biri haline gelmiş, üretim faktörlerinden biri olarak kabul görmeye başlamıştır. Teknolojik gelişmeler, bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojilerindeki değişimler pek çok araştırmacı ve düşünür için, yeni bir toplumsal gelişmenin habercisi olarak algılanmış, girişimciliğin önemini destekler nitelikte bir yer bulmuştur. Bilgi toplumunun ortaya çıkışı bu süreçte öngörülmüş, tarım ve sanayi toplumlarından tamamen farklı özellik gösteren bilgi toplumları oluştuğu ve oluşan bu toplumsal yapıda insanlık için daha özgür bir ortam oluşacağı ileri sürülmüştür. Buhar makinesinin insanların fiziksel gücünü katladığı gibi, bilgi teknolojilerinin de insan aklındaki gücü katlayacağı düşünülen yenedünya görüşü oluşmuştur. Sanayi toplumu sürecinde hâkim güç maddi kaynak iken, bilgi toplumlarına geçişle yerini bilgiye bırakmıştır. Bu oluşan süreç girişimciliğin anlam ve içeriğini önemli ölçüde değiştirmiştir. İlk ortaya çıkışlarından bu güne dek daha çok finansal güç unsurlarıyla temel yapısını sağlayan girişimcilik sonrasındaki dönemlerde, risk alabilme, tatmin olma, yenilikçilik gibi unsurları da içine dâhil etmiş ve dolayısıyla girişimcilik tarihsel süreç açısından değişim göstermiştir. (Karagöz 2009: 47).

Gelişim süreçleri Avrupa Kıtasında başlamakla birlikte öncelikle Amerika'ya ve ardından tüm dünyaya yayıldı. Bu yayılma ile yeni bir ekonomik dengenin oluşması ve zenginliklerin artması sağlandı. Bahsedilen bu yeni dönem ile birlikte girişimcilik de yeniden şekillenmiş, dünyanın dört bir yanında girişimcilerin çok daha etkili oluşlarının, dünya siyaseti ve ekonomisinde giderek daha fazla ağırlık sahibi olmalarının yolu açılmıştır. (Parlak, 2005).

Tarihsel sürecin başlangıcında devlet kontrolü altında olan, alınmış kararları uygulayan veya devletin yönlendirmesine göre hareket edebilen girişimci, artık ekonomik değer yaratıcı, devleti yönlendirebilen elinde siyasi güç barındıran, karar alma mekanizmasına yakın girişimci konumuna gelmiştir.

19. yüzyılın sonlarında dünya, dev bir ekonomik yapının Amerika kıtasında ortaya çıkmasına tanık olmuştur. Girişimcilik, ortaya çıkmış olan bu muhteşem Amerikan zenginliği ardında yer alan temel fenomen olmuştur. Amerikan özgürlük yapısının en belirli hatlarını girişim özgürlüğü çizmektedir. Ünlü slogan “Bırakınız yapsınlar” ile eşdeğer girişimcilik özgürlüğü, o özenilen girişimcilik gücünü, o güç de ilerleyen süreçlerde dünyadaki en büyük ekonomik gücü doğurmuştur. Dünyadaki büyük ekonomilerde yani, başlangıçta ABD’de olacak şekilde, Japonya, Almanya, İngiltere, Fransa vb. ülkelerin ekonomilerinde, dünyada üzerindeki diğer gelişmekte olan veya az gelişmiş birçok devletin milli gelirinin tamamından daha büyük üretim gücüne ve sermayeye hükmeden girişimciler mevcuttur. (Parlak, 2005).

Girişimcilik günümüzde detaylı ve çok yönlü araştırılması gereken bir kavram olarak görülmektedir. Girişimcilik, sadece girişimcinin kendisi, çevresi ve bölgeleri için değil, yaşadıkları ülke için de pek çok şey ifade etmekte, ülke ekonomisinin önemli bir figürü olduğu görülmektedir. Maddi zenginlik ve insan refahının kaynağı olarak da görülebilen girişimcilik, beraberinde toplumların dış ülke ve toplumlara karşı etki alanını ve gücünü belirleyen önemli bir yapı haline gelmiştir. Dünya üzerinde doğal kaynaklar yönünden zayıf olan Japonya, Hollanda, Danimarka, Singapur, Güney Kore, Hong Kong, Taiwan, İsviçre vb. pek çok ülke girişimcilik ile zenginliklerini sağlamış ve bu zenginlikleri yine girişimcileri sayesinde süreklilik kazanmıştır. Ülke zenginlikleri ile oluşan ekonomik güç sayesinde, ülkenin siyasi gücü de artmakta ve söz konusu ülkelerin dış ilişkiler dengesindeki yerleri bu güce bağlı olarak şekillenmektedir. (Parlak: 2005; Karagöz 2009: 49).

Bu tarih sürecindeki gelişimin nedenlerini irdelediğimizde ise toplumsal değişimler ile yakın ilişkisi olduğunu ifade edebiliriz. Ayrıca doğa bilimlerinde ortaya çıkan gelişimler, sosyal bilimlerde kullanılan tekniklerin değişmesine ve böylece sosyal bilimlerin de gelişmesine sebep olmuştur. Özgürlükleri güvence altına alan Fransız devrimi toplumsal yapıyı uygun kriterlere yaklaştırırken, ekonomik anlamda hiç görülmemiş yenilikleri beraberinde getiren sanayi devrimi ile girişimcilik tepe

noktasına oturmuş ve nihayetinde bilgi çağı ile birlikte günümüzün iktisadi temellerinden olan girişimcilik kavramı mutlak yerini almıştır. (Özkalp 2002: 27).

Dünya ölçeğinde gerçekleşen iktisadi değişiklikler, dolayısıyla sosyal ve siyasi yapıda da değişikliklere sebep olmuştur. Demokrasi ile katılımcı yapı kabul görmüş, insan merkezli yönetim biçimleri ortaya çıkmıştır. Devletin katılımının en aza indirgenmesi düşüncesi kabul görmüş ve uygulamada da devlet etkenleri saf dışı bırakılmaya başlanmıştır. Dinamik girişimci sermaye karşısında güç kazanmış, yenilikçilik ile küçük ve orta ölçekli işletmeler de ön plana çıkarmıştır. Yeni toplum düzeninde teknolojik gelişim, iletişim ve bilgi çağının getirdiği dinamizmlerle girişimcilik toplumu özelliğini net olarak göstermektedir. (Aytaç, 1999: 30).

İnsanlık tarihinde temel ihtiyaçlar nedeniyle ortaya çıkmış olan girişimcilik, ilerleyen yıllarla beraber devlet ekonomilerinde kontrol altında gelişmesine izin verilen bir figür olma yoluyla ilerlemiş ve devlet elinden kurtularak ekonomik değer yaratan özgür girişimcilik yapısı oluşmuştur. Tarihsel sürecine devlet kontrolünde başlayan girişimci profili, günümüzde ekonominin temel taşlarından biri haline gelmiş bir kontrol mekanizması niteliğindedir.

2.1.2.2. Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi

Türklerin anavatanı Orta Asya’da başlayan tarihi süreçlerinde göçebe bir hayat sürdürmekteydi. Orta Asya’dan Anadolu’ya göç edilmesiyle başlayan yerleşik hayat beraberinde sanatkarlık (zanaatkarlık) konularında aktif olduklarını bir dönemi getirdi. Dolayısıyla girişimcilik de aktif olarak yer bulmaya başladı. Selçuklular döneminde ve Osmanlıların kuruluş döneminde var olan bir ahilik teşkilatı Türk tarihinde yer bulmaktadır. Ahilik teşkilatı bir esnaf ve sanatkar örgütüdür ve etkin, başarılı bir organizasyon olduğu görülmektedir. Osmanlıların kuruluş ve yükselme dönemlerinde Ahilik teşkilatı etkinlik ve başarının yanında siyasi anlamda da etkili bir örgüt olmuştur. Ancak Osmanlıların İmparatorluğu döneminde Türk halkının ticaret dışı bırakıldığı, dolayısıyla girişimciliğin Türk halkında varlığını gösteremediği bir dönem başlamıştır. Ticaret Türk halkı dışındaki toplum gruplarında aktif görülmeye başlamış, Türkler askerlik, tarım, ulemalık, bürokratik gibi işlere yönlendirilmiş, ticari sahnede ise daha çok Rumlar, Yahudiler, Ermeniler ve Levanterler bulunmuştur. (Müftüoğlu ve Dğr, 1996: 25).

Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde azınlıkların yanı sıra ticaret kesiminde İngiliz, borç ve para işlerinde Fransız, demiryollarında ise Alman sermayesinin görece hakimiyeti vardır. (Kurtoğlu, 2015: 258)

1921 Yılında Anadolu sanayisinin durumu Çizelge 2.1.'de verilmiştir.

Çizelge 2.1. 1921 Yılında “Anadolu” Sanayisinin Durumu

Alan	İşletme Sayısı	Çalışan Sayısı	İşletme Başına Ortalama Çalışan
Dokuma Sektörü	20057	35316	1,76
Deri İşleme Sektörü	5347	17964	3,36
Madeni Eşya Sektörü	5273	8021	1,52
Gıda Sektörü	1273	4493	3,52
Ağaç İşleri Sektörü	704	3612	5,13
Kimya Sektörü	337	802	2,38
TOPLAM	33058	76058	2,30

Kaynak: Vedat Eldem; Mütareke ve Milli Mücadele Yıllarında Osmanlı İmparatorluğu Ekonomisi, Hacettepe Üniversitesi Türk İktisat Tarihi Semineri, Ankara 1973, s. 44

1915 yılındaki istatistiki bilgilere göre Osmanlı İmparatorluğu'ndaki gerçek kişilere ait 214 sanayi kuruluşun sadece 42'si (%19,6) Türk-İslam unsurların mülkiyetindedir. Geri kalan 172 (%80,4) sanayi kuruluş ise gayrimüslimlerin elindedir (Toprak, 1982: 191).

Çizelge 2.2.'de 1913 yılında Osmanlı Devletinde yurtiçi üretimin yurtiçi tüketimi karşılama oranı verilmiştir.

Çizelge 2.2. 1913 Yılında Osmanlı Devleti Sanayisinde Yurtiçi Üretim Yurtiçi Tüketimi Karşılama Nispeti (%)

Belli Başlı Sanayiler	%
Değirmencilik	59,4
Makarna Üretimi	93,0
Şekercilik ve Tahin Üretimi	131,3
Konserve Üretimi	43,9
Bina Yapımı	91,6
Buz Üretimi	103,1
Tuğlacılık	32,1
Kireç Üretimi	64,4
Çimento Üretimi	69,8
Çimento Ürünleri	52,7
Debagat	40,2
Marangozluk Ürünleri	41,2
Kutu Üretimi	94,5
Aba, Şayak, Çuha Üretimi	41,3
Yün İplik Üretimi	82,5
Pamuklu Dokuma	9,5
Pamuk İpliği Üretimi	20,6
İpekli Dokuma Üretimi	4,5
Yağ Üretimi	3,1
Sabun Üretimi	18,9
Palamut Özü Üretimi	97,5

Kaynak: Zafer Toprak, Türkiye’de Milli İktisat (1908-1918), Yurt Yayınları, Ankara 1982, s. 190

Tevfik Çavdar’a göre imparatorluğun son döneminde sanayide hâkim etnik grup Rumlardır. Rumlar sermayenin %50’sine, emeğin %60’ına sahiptiler. Ermenilerin %20 sermaye, %15 emek, Yahudilerin %5 sermaye, %10 emek payları vardı. Sermayenin %10’unun ise yabancılara ait olduğu anlaşılıyor (Çavdar, 1973:165).

Türkiye Cumhuriyeti ile birlikte modern anlamdaki girişimcilik kavramı da önem kazanmaya başlamıştır. Dünyada uzun zamandır varlığını, etkinliğini ve önemini gösteren girişimcilik, ülkemizde de yerini alma aşamasına gelmiştir. Şubat 1923'de Cumhuriyet ilan edilmeden dokuz ay önce İzmir'de Birinci İktisat Kongresi Atatürk önderliğinde toplanmış, Türkiye'deki ekonomik gelişmenin ve kalkınmanın gerekliliği ve bu gerekliliğin girişimcilikle sağlanabileceği ifade edilmiştir.

1923-1938 döneminde Atatürk'ün uyguladığı ekonomik kalkınma stratejisinin temel hedefleri aşağıdaki gibidir. (Kurtoğlu, 2015: 340).

- Türk milletinin çalışabilir her ferdine iş sağlaması. (Günümüz ekonomi terminolojisinde tam istihdam)
- Hızlı ekonomik kalkınma için sermaye birikimi, sermaye birikimi için tarımın teşvik edilmesi. (Hızlı ve milli kaynaklardan dengeli sermaye birikimi)
- Kişiler arasında büyük gelir uçurumlarının olmaması, ancak fırsat eşitliğini tahrip etmeden rekabet ortamının da tesis edilmesi, (dengeli gelir dağılımı ve çalışan bireyleri teşvik) eğitim ve sağlık yatırımlarına özel önem.
- İhracatın imkan verdiği ölçüde ithalat yapılması. (Dış ödemeler / Dış ticaret dengesinin muhafaza edilmesi)
- Enflasyonsuz kalkınma, denk bütçe. (Gelir-Gider dengesinin korunması)
- Ferdi teşebbüsün geliştirilmesi, Türk milli burjuvazisini oluşturmak.
- Hızlı teknolojik gelişme için Türkiye'nin şartlarına uyan sanayi tesisleri kuracak yabancı sermaye ile kontrollü işbirliği.
- Bölgeler arası dengeli kalkınma, bölge şartlarına uygun yatırımların teşvik edilmesi.
- Demiryolu ulaşımının ülke çapına yaygınlaştırılması ile milli savunmaya yönelik sanayinin kurulması, teşvik edilmesi.

Cumhuriyet tarihinde girişimciliği incelediğimizde 1923'ten günümüze kadar önemli beş ana dönemden söz edilebilir. Bu dönemler şunlardır:

- 1923 – 1929 yılları arası “özel girişimciliğe teşvik”,
- 1930 – 1946 yılları arası “devletçilik ve yansımaları”,
- 1946 – 1960 yılları arası “liberal ekonomiye geçiş”,
- 1960 – 1980 yılları arası “planlı ekonomi denemesi” ve de
- 1980 yılından günümüze “dışa açık liberal ekonomi”

olarak sayılabilir.

Bahsedilen bu dönemler özellikleri bakımından incelendiğinde, 1923-1929 arasında özel girişimciliği ön plana çıkaran yapılara yer verilmiş, uygulanan politikalar ile sermaye birikimi bu yolla temin edilmek üzere milli bir burjuvazi inşa edildiği görülmüştür. Ancak bu yıllarda da girişimcilik devletin üst kademelerinde çalışan bürokratlar tarafından gerçekleştirilmiş, yani bir anlamda devlet elinden çıkarılıp özgürleşemediği, belirlenmiştir. Türkiye'nin ilk girişimcilerini devlet içinden gelen bürokratlar oluşturmuştur.

Liberal ekonomiye geçiş ile birlikte 1950-1960 arası döneme bakıldığında, siyasi süreç çok partili döneme girmiş, girişimcilik yayılmaya başlamıştır. Ekonomide de serbest piyasa uygulamalarına geçiş ile girişimciliğin yayılması için zemin hazırlanmıştır. Bu dönemin girişimciliğin mevcut anlamına yerleşmesinde kritik bir dönem olduğu görülmektedir. Fakat siyasi süreç her ne kadar dönemin başında liberal ekonomiye yönelik piyasa ve özel sektör yanlısı vaatler sunulmuş olsa da, aslında devlet müdahalesi yoğun şekilde varlığını sürdürmüştür. İş dünyasını zor durumda bırakan farklı devlet müdahaleleriyle piyasa daralmaları gerçekleşmiş ve bu müdahalelerde sürekli değişikliğe gidilmiştir. İktisadi yönetim anlayışı devlet müdahalelerinden vaz geçilememesiyle iş dünyasını bir kaos içinde bırakmıştır.

“Planlı ekonomi denemesinin” yapıldığı yıllar 1960-1980 dönemini göstermektedir. Fakat dönemin siyasi süreçleri, askeri darbeler, siyasi istikrarsızlıklar, popülist yaklaşımlı politikalar, ideolojik kavgaların yaşanması, Türkiye'nin Kıbrıs Çıkarması süreci fazlasıyla etkilemiştir. Ardından gelmiş olan enflasyon, işsizlik, ekonomik ambargo gibi nedenler ve dış borçlanmalar iş dünyasının zorlu bir süreç içinde bırakmış, performansını düşürmüştür.

1980 yılında askerî darbenin sonrasında kurulan hükümet ile dışa açık liberal ekonomi boy göstermeye başlamıştır. Kurulan hükümet ile iktisadi politika planlı hale getirilmiş, bu planlamalarda girişimcilik de önemli bir yer almıştır. (Öztürk 2008: 29-32).

Çizelge 2.3.'de 1988-2009 yılları arasında Türkiye'deki kadın ve erkek girişimci sayısı verilmiştir.

Çizelge 2.3. 1988-2009 Dönemi Arasında Türkiye’deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı

Yıllar	Girişimci Kadın	Girişimci Erkek	Kadın Girişimci Oranı (%)
2009	80.000	1.200.000	6,25
2008	77.000	1.172.000	6,16
2007	75.000	1.114.000	6,31
2006	69.000	1.132.000	5,75
2005	51.000	1.081.000	4,51
2004	49.000	971.000	4,80
2003	42.000	1.010.000	3,99
2002	61.000	1.125.000	5,14
2001	40.000	1.100.000	3,51
2000	43.000	1.066.000	3,88
1999	38.000	1.093.000	3,36
1998	46.000	1.229.000	3,61
1997	46.000	1.082.000	4,08
1996	39.000	1.126.000	3,35
1995	40.000	1.072.000	3,60
1994	25.000	1.074.000	2,27
1993	25.000	1.066.000	2,29
1992	28.000	1.017.000	2,68
1991	22.000	945.000	2,28
1990	22.000	810.000	2,64
1989	14.000	613.000	2,23
1988	13.000	616.000	2,07

Kaynak: TÜİK verilerinden faydalanılmıştır.

Türkiye’nin Cumhuriyet tarihinde girişimciliği anlamak için önemli kaynaklardan biri de kalkınma planlarıdır. Planlı ekonomi denemesi ile başlayan Kalkınma planları ilki 1964’de olmak üzere, beşer yıllık olarak hazırlanmıştır. Hazırlanan bu stratejik planlardan, dokuz kalkınma planını inceleyelim;

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963 - 1967); Bu süreçte, küçük işletme sahiplerinin sorunlarına yönelme görülmüştür. Bir merkezi örgüt kurulması gerekliliği ifade edilmiş, bu örgüt ile küçük işletmelere yönelik sorunlarla ilgilenilmesi, çözüm yollarının oluşturulmasını fayda sağlayacağı öngörülmüştür. Diğer yandan, karma yapıdaki ekonomik sistem çerçevesinde şahsi girişim ve yabancı sermaye teşviki yine bir gereklilik olarak öngörüler içinde yerini almıştır.

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968 - 1972); Bu süreçte, şahsi girişime yönelik teşvik sistemleri yer bulmuştur. Özel teşebbüsler önemle karşılanmış, bir diğer önemli konu da sanayinin geliştirilmesi olmuştur. Sanayinin ekonomiye katkısı ve sürükleyici sektör durumuna getirilmesi konusunda önem belirtilmiştir.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973 - 1977); Bu dönemde ise girişimcilik daha yoğun şekilde göze çarpmakta, teşvik sistemleri de daha aktif görülmektedir. Özellikle küçük sanayi ve el sanatları üretiminin geliştirilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bunun için ise yapılan öngörülerde dış pazarlara açılışın teşvik edilmesi gözlemlenmiştir. Öngörülen bir diğer teşvik sistemi, mali kaynak sorunlarının çözümlenmesi, eğitimsel imkânların, teknik yapıların ve danışmanlık süreçlerine yönelik hizmetlerin artırılması olarak görülmüştür.

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979 - 1983); Bu süreçte, küçük sanayi ile esnaf ve sanatkâr kavramları arasındaki ayırım ilk defa yapılmıştır. Ülke genelinde danışmanlık hizmetlerinde bulunulması amaçlanmış teknolojik, mali ve idari danışmanlık hizmetleri planlanmıştır. Yan sanayi durumundaki küçük girişimler ile ihracata yönelik büyük ticaret ve sanayi işletmelerin birleşmeleri, güç birliği oluşturmaları üzerinde durulmuştur. Bu işletmelerin birleşmeleri amacıyla faaliyet gösteren organizasyonların teşvik edilmesinin gerekliliği de ortaya çıkmıştır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985 - 1989); Bu plan, genç işçi oranının azaltılması, istihdamın artırılması, gelir dağılımının eşitlenmesi, az gelirli grupların gelirlerinin artırılması gibi konular üzerine yoğunlaşmıştır. Ekonomik ve sosyal altyapının gelişmesi, öncelikli kalkınma yörelerinin gelişiminin hızlanması planlanmıştır. Sanayi üretim payının yükseltilmesi de amaçlanmıştır. Organize Sanayi Bölgelerinin kurulması bu plan çerçevesinde sağlanmış, böylece Küçük ve

orta ölçekli işletmelerin altyapısal sorunlarına yönelik olarak, bu işletmelerin bir araya toplanması hedeflenmiştir.

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990 - 1994); Bu süreç ile birlikte, küçük ve orta ölçekli işletmelere daha yoğun yönelme başlamıştır. Küçük ve orta ölçekli sanayinin geliştirilmesine değinilmiş, bu gelişim için işletmelerin güçlendirilmesi, iç piyasadaki ve dış piyasadaki rekabet avantajına sahip olması amaçlanmıştır. KOBİ'lerin gelişmesine yönelik teşvik sistemleri için, ilgili planların uygulamasında kullanılmakta olan gerekli kaynak ve araçlar arttırılmıştır.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996 - 2000); Kalkınma planlarında KOBİ'lere verilen önemin giderek arttığı görülmektedir. Bu süreçte KOBİ'lere büyük oranda önem verilmiştir. Ve hatta 1996 yılı KOBİ yılı olarak ilan edilmiştir. Yine bu plan ile birlikte sanayileşme stratejisi oluşturulmuştur. Avrupa modellenmeye başlanmış, KOBİ'lerin etkin bir duruma sahip olabilmesi için patent yasası ile kalite ve ölçü sisteminin tekrar oluşturulması ifade edilmiştir. Stratejide teşvik sistemlerine dair gerekli değişikliklerin yapılması için hukuki yapının iyileştirilmesine ihtiyaç duyulduğu belirlenmiştir. Bağımsız kurumlar oluşturularak, ürün ve kalite belgelendirilmesi, personel ve laboratuvar akreditasyonu sağlanmasına karar verilmiştir. Araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin önemi gündeme gelmiş, Ar-Ge, çevre ve mesleki eğitim projelerine öncelikli olarak teşvik sağlanması, kredilere vergi muafiyetinin tanınması, gibi planlamalar yapılmıştır.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001 - 2005); Bu plan artık KOBİ'leri farklı bir yere koymuş ve özel olarak geliştirilmesini sağlayacak çalışmalar planlanmıştır. KOBİ'lere yönelik çalışmalar ve yapılacak düzenlemeler detaylı olarak tanımlanmıştır. Bu düzenlemelerde; KOBİ'lerin uluslararası rekabet güçlerinin arttırılması önemli yer bulmuştur. KOBİ'lerin verimliliğinin arttırılması için, teknolojik yapının ve ürün kalitelerinin arttırılması, danışmanlık hizmetlerinin sağlanması, bilgiye ulaşımın kolaylaşması ana sanayiler ile yan sanayilerin birleşmesi, finansal kuruluşlara yönelik düzenleme yapılması ve e-ticaret sistemlerinin yaygınlaştırılması amaçlanmıştır.

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007 - 2013); Yedi yılı kapsayacak şekilde hazırlanmış bir plan özelliği göstermektedir. Bu planda, küreselleşme olgusunun

getirdikleri ile yoğunlaşan bir planlama sistemi görülmüştür. Küreselleşmenin getirdiği fırsatlar göz önüne alınmış, riskler irdelenmiştir. Bu süreç küreselleşmenin yoğunluğunun arttığı bir dönemi kapsamaktadır. Küreselleşmenin getirdiği fırsat ve riskler de göz önünde bulundurulmuştur. Planda, istihdam ve rekabet avantajı üzerinde durulmuş, çalışan istihdamının artırılması, yöresel gelişmelerin sağlanması amaçlanmıştır. Bu plan ile birlikte işletmelerin finansal ihtiyaçları üzerinde de yoğun çalışmalar yapılmıştır. İşletmelerin finansman kaynaklarına ulaşması kolaylaştırarak, devlet, bankalar ve banka dışı finansal kuruluşların kaynakları aktive edilecek şekilde planlama yapılmıştır. Böylece KOBİ'lerin etkinliklerinin artırılması amacıyla diğer desteklerin yanı sıra milli destekler konusunda da çözüm sağlanacaktır. (Özal 2009: 32-37).

2.1.3. Girişimciliğin ekonomiye katkıları

İktisat teorisindeki en önemli unsur bilindiği gibi piyasa dengesi kavramıdır. Fakat bazı araştırmacılar girişimciliği piyasa dengesi kavramının da üstünde bir önemde tutmuşlardır. Walrasçı denge kavramı 1970'li yıllarda ileri sürülmüş, beraberinde girişimcilik kavramı da yer bulmaya başlamıştır. Kuramsal olarak girişimcilik, ilk kez Walrasçı denge kavramıyla birlikte ekonomi teorisindeki yerini almıştır. (Cassis ve Minoglou, 2005: 3).

1750'lerde başlayan bu süreç ile 1890 - 1920 yılları arası döneme gelindiğinde girişimcilik, ekonomi biliminde tamamen kabul görmüştür. Girişimcilik ve girişimci ekonomide başlıca aktörler olarak ifade edilmiştir. Bu dönemlerde bilimsel araştırmalarına başlayan Schumpeter, özellikle bu görüşü benimsemiş, bu görüşün önemli bir temsilcisi olarak ekonomi alanında adından söz ettirmiştir. 1950 - 1970 tarihlerinde ise girişimci özellikleri konuşulmaya başlanmış, girişimci özelliklerinin davranış bilimleri alanında incelenmesine sebep olan teorisyenler bir takım çalışmalar yürütmüşlerdir. İktisadi alanda girişimcinin başarı oranının yüksek olması için buldurması gereken psikolojik özellikler saptanmış, psikolojik ve sosyolojik olarak analiz edilmiş ve belirli bir tipoloji sunulmuştur. Girişimciliğin yeni bir boyut kazandığı 1980'li yıllarda, tekrar iktisat bilimi içinde görülmeye başlanmıştır. Girişimcilikle istihdam sağlama ve ülke ekonomisindeki büyümenin sağlanması sürecindeki rolü istatistiksel olarak ispatlanmıştır. Bu durum ile birlikte iktisat biliminde girişimciliğe verilen önem yeniden ortaya çıkmıştır. Günümüz koşullarında

ise girişimcilik teorisi; yeni bir işletme kurulması süreci olarak görmekte, iş imkânı oluşturma ve ekonomik kalkınma sağlanması yönünde önemli güçlerden biri olduğu ifade edilmektedir. (Topkaya 2013: 51).

Küreselleşmenin giderek arttığı, rekabetin teknolojik imkânlar ile birlikte yoğunlaştığı ekonomi ortamında, dünyada pek çok ülkede ekonomi sorunlarının da baş göstermesi kaçınılmazdır. İstihdam sorununda büyük katma değer sağlayan girişimciliğin istihdam eksikliğine bir çözüm oluşturabileceği açıktır. Avrupa ülkelerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre, bu ülkelerde yaratılan istihdamda girişimciliğin büyük katkısı olmuştur. (TÜSİAD 2002: 40).

OECD verilerine göre Avrupa Birliği'nde 2005 yılında girişim işletmesi sayısının 19,6 milyon olduğu, bu girişim işletmelerinin 3 trilyon dolardan fazla ekonomik katkı yarattığı ve 85 milyon kadar istihdam sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'de bu verilere genel olarak bakıldığında ise ülke ekonomisinde oluşan katma değerlerin %37,7'si girişimcilerin oluşturduğu ekonomi payıdır. (OECD 2005: 18).

KOBİ'ler girişimcilikte önemli pay sahibidir. Genellikle KOBİ tanımlarında rakamsal bazı ölçütler belirtilmektedir. KOBİ'ler temel olarak satış hacmi ve istihdam ile ölçülmektedir. Üretim süreci, mali işler, pazarlama, insan kaynakları ve idari işler başlıca işletme fonksiyonları da ölçümler için kriter oluşturabilmektedir. Bunun yanı sıra işletme sermayesi, makine ve teknoloji değeri, kullanılan enerji türü ve miktarı, kapasitesi, finansal kârı, piyasa değeri gibi sayısal olarak ölçülebilir özellikler açısından farklılık gösterebilmektedirler. Dolayısıyla bu durum, bütün nitel ve nicel değerleri içeren bir tanımlama yapılması gerekliliğini doğurmuştur. KOBİ'lerle ilgili kurum ve kuruluşların her biri 2005 yılına kadar kendilerine göre birtakım tanımlamalar yapmışlardır. Yapılan bu tanımlarda hukuki statülerden ziyade ekonomik büyüklükler önem arz etmiştir. Tanımlardaki sınırların genellikle ülke ekonomilerinin büyüklüğüne bağlı olarak değişmesi KOBİ deyiminin hukuki olmaktan ziyade ekonomik bir anlam taşıdığını göstermektedir. Bu tanımlamaların çoğunda kullanılan temel kriter, çalışan personel sayısıdır. Bazı tanımlamalarda bu genel kritere ek olarak farklı ölçütlerin de kullanılmakta olduğu görülmüştür. (Müslümov, 2002: 6).

Kurum ve kuruluşların KOBİ'lere ilişkin uygulamalarında kullanılacak tanım 16 Nisan 2005 tarihli resmi gazetede 5331 sayılı Kanunun yayınlanarak yürürlüğe girmesi ile yapılmıştır. Yayınlanan bu kanuna göre, KOBİ kavramının tanımlanmasında temel alınacak ölçütler; KOBİ'lerin net satış hâsılatları, malî bilânço tutarları ve çalışan sayılarıdır. Bu kanunla birlikte Türkiye'deki KOBİ tanımı karmaşasının da önüne geçilmiştir.

Türkiye'de KOBİ'ler, ekonomik, politik ve sosyal önemlerini giderek daha fazla artırmışlar ve Türkiye'deki siyaset, politika ve stratejilerin belirlenmesinde değerli bir paya sahip olabilmişlerdir. Günümüzde tüm dünya, KOBİ'lerin ülke kalkınmasındaki önemini ve bu önemle birlikte ekonomik büyüme, istihdam, sosyal gelişim, yerel ve bölgesel kalkınmalara katkı sağladığının farkına varmıştır. KOBİ'lerin sahip olduğu bu değer tüm dünyada şu yaklaşımı benimsetmiştir; Sağlam ve sağlıklı bir KOBİ yapısı, ekonomik gelişmenin, politik istikrarın ve sosyal barışın vazgeçilmez şartı, en önemli güvencesi ve temel taşlarından biridir. (Müftüoğlu, 1989: 35).

Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerin için KOBİ'lerin değeri 1990 yıllarından itibaren anlaşılmaya başlanmıştır. KOBİ yılı ilan edilen 1996 yılıyla birlikte Türkiye'de KOBİ gerçeği fark edilmiş, yeni düzenlemelere gidilmiştir. (Ören, 2003).

Girişimcilik genel olarak küçük ve orta ölçekli işletmeler kavramı altında yerini almaktadır. Türkiye'de mevcut işletmelerin % 99,8'i KOBİ'dir. Bu KOBİ'ler ise toplam istihdamın % 76,7'sini barındırmaktadır. Ortaya çıkan bu oran KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki değerini net olarak gözler önüne sermektedir. (İrten, 2004)

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomideki yeri farklı ülkelere göre Çizelge 2.4.'de verilmiştir.

Çizelge 2.4. Farklı Ülkelerde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ekonomideki Yeri (%)

Göstergeler: Toplamdaki Payı	ABD	Japonya	İngiltere	Güney Kore	Türkiye
İşletmeler	97.2	99.4	96.0	97.8	98.8
İstihdam	50.4	81.4	36.0	61.9	81.48*
Üretim	36.2	52.0	25.1	34.5	38.0**
İhracat	32.0	38.0	22.7	20.2	16.0***
Yatırımlar	38.0	40.0	29.5	35.7	26.5**
Uzatılan Krediler	42.7	50.0	27.2	46.8	3.5

Kaynak: (KOSGEB 2008: 6; TÜSİAD 2002: 144)

*TÜİK 2002; **DPT 2002; ***BDDK 2007

Çizelge 2.4. ile farklı ülkelerdeki KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki yeri gösterilmektedir. KOBİ'nin önemini sayısal olarak gösteren bu verilere göre ülkelerdeki işletmelerin ortalama % 95'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bu ülkelerdeki iş imkânı genellikle % 50'nin üzerinde KOBİ'ler tarafından sağlanmaktadır. Üretim miktarının, yatırımın ve ihracat diliminin de % 30'undan fazlası KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir.

KOBİ girişimlerinin yüksek kapasiteli işletmelere göre daha az bir yönetsel ve örgütsel yapıda bulunmaları, buradaki organizasyonel uygulamaları daha basit bir yapıya getirebilmektedir. Diğer yandan esnek yapı ve değişen şartlara kolay uyum sağlayabilme, yeni işyerleri oluşturma potansiyeli, iş imkânı yaratma, ihracat artışı sağlama, yatırımların artması ve finansal aktivite, krediler vb. yoluyla ekonomik canlanmanın sağlanması gibi stratejik görevleri de üzerine alan KOBİ'ler küresel ekonomide çok değerli bir rol sahibidir. (Sarı 2009: 14; Odabaşı 2007: 208).

2.1.4. Girişimcilik ve yenilikçilik

Yenilikçilik, yeni fikir ve düşüncelerin, ticari ve ekonomik faydaya dönüştürülmesi sürecidir. Diğer bir ifadeyle, hayal gücünün ticari ustalıklarla bir araya gelmesidir. Hayal gücü insan hayatındaki en önemli güçlerden biridir ancak hayal gücünün faydaya dönüştürülmesi için ekonomik faaliyetlerle uygulanması gerekmektedir. Hayal gücü ile fikir üretilir ve üretilen fikirler yeniliktir. Yenilikçilik, hayal gücü tarafından üretilen yeni fikirlerin uygulamasından ibaret bir süreçtir. Yenilikçilik geleceği oluşturmakla ve sürdürülebilir kârlı büyüme sağlamakla ilgilidir.

Girişimcilik yenilikçilikle ebediyete kadar sürecek bir evlilik demektir (Yalçintaş, 2010).

Girişimciliğin ekonomik önemi sürekli vurgulanan kaçınılmaz bir gerçektir. Literatürde bu ekonomik önemden sonra en fazla önem taşıyan kavram girişimciliğin yaratıcılık ve yenilik unsurudur. Girişimcilikte yenilik ve yaratıcılık unsurları sık sık vurgulanmıştır. Yenilik ve yaratıcılık girişimcilik tarihi boyunca girişimciliğin sacayaklarından biri olarak nitelendirilmektedir. Buradaki yaratıcılık kavramı ise, yenilik kavramının temelini oluşturmakta, yaratıcılıktan yenilik doğmaktadır. Yenilikçilik ile ilgili bazı tanımları inceleyelim; (Odabaşı 2005: 19-36)

Taylor'un; yeni ve geçerli fikirlerin yaratılması ile sonuçlanan bir süreç,

Clemen'in; daha önce görülmemiş yöntemlerle temel amaçları başarmaya neden olacak unsurları sağlayacak yeni seçenekler,

Bentley'in ise; bilginin alınması ve yeni bir form ya da düşünce oluşturana kadar şekil verilmesi ve düzenlendirilmesi,

biçimindeki tanımlarla karşılaşmıştır.

Schumpeter (1939 - 1962), çalışmalarında girişimciliği yenilikçilik üzerine oturtmuş, özel girişimlerle elde edilen kârın temel kaynağının başarılı bir yenilikçilik olduğunu belirtmiştir. Yenilikçiliğin ekonomik büyümeyi beraberinde getireceğini önemle vurgulamış ve yenilikçiliği girişimcilik ile birlikte kullanan ilk iktisatçı olarak yerini almıştır. Schumpeter tarafından yapılan çalışmalarda ise rakabetin temellerinde yenilikçilik kavramının olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca teknolojik gelişmelere yönelik kazanımlar da rekabetçilik ve yenilikçilikte önemli bir değer olarak görülmektedir. Yenilikçilik tabanlı rekabet uygulaması, ücrete yönelik rekabetçiliğin tersine dinamik bir özelliğindedir. (Dobrinsky, 2008: 52-55).

Yeniliğe ve yenilikçiliğe olanak sağlayan esas soyut kaynak bilgi olarak ifade edilmektedir. Bir örgütün değişimlere uyum gösterme yeteneği, örgütteki yenilikçilik kapasitesine de bağlıdır. (Sanchez ve Dğr, 2000:312-322). Yeniliğe ve yenilikçiliğe bağlı rekabet stratejilerinde, teknolojik yenilikler, genellikle ürün yenilikleri olarak belirtilmektedir. Fakat yenilikçilik, sadece ürün boyutunda düşünülmemelidir. Çünkü yenilikçilik çok boyutlu bir kavramdır ve süreçleri, organizasyonları, yönetimi veya

pazarlama sistemlerini içerecek şekilde yenilikler anlamında da kullanılabilir. (Weerawardena ve O’Cass, 2004: 21).

Yenilik yapmadaki diğer bir önemli kısım da yenilikçiliğe teşvik gösterecek farklı düşünceleri barındıran ve bu düşüncelerin özgürce ileri sürülmesini sağlayacak toplumsal yapıdır. Bir toplumun ilerlemesinde gerekli olan yaratıcılığı ve beraberinde yenilikçiliği sağlayan önemli unsurlar genel olarak kabul gördüğü üzere farklılıklardır. (OECD 2004: 53). Buradan yola çıkarak da görülebilir ki girişimcilerin başarı sağlamaları için yeni düşünce ve fikirlere sahip olması gereklidir. Yenilik ise daha önce de bahsedildiği gibi yaratıcılık özünden gelmektedir. Yaratıcılık da farklı düşüncelerin sonucunda ortaya çıkabilen bir malzeme niteliğini taşımakta, yani yenilik için farklı düşünceler gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Tüm bunlardan dolayı yenilik yaratabilme ve yenilikçilik, motivasyonun yanı sıra farklılıklar tarafından da beslenmektedir. (Odabaşı 2005: 31).

Ülkelerdeki büyüme performanslarının bir tek faktöre bağlanması teorik olarak kolaylık sağlamakta ancak uygulamada yetersiz bulunmaktadır. Yüksek büyüme ve kalkınmada performans sağlayan asıl itici güçler yenilikçilik (inovasyon) ve teknolojidir. Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ve bu gelişme süreçlerindeki bilim faktörü ve yine tüm bu gelişmelere bağlı ekonomik kalkınma teknoloji, bilim ve ekonomik performans arasındaki ilişkiye yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu yeni boyutun kazanıldığı 1990’lı yıllarda işbirliği, ağ oluşturma, ülke içi ve ülke dışı bilgi transferleri önem kazanmış, iktisadi etkileşimde olan organizasyonlar, bu önemden büyük oranda etkilenmiştir. Ekonomik çevredeki bu değişiklik ile yenilikçilik, daha hızlı ve yoğun, piyasa tarafından yönlendirilen, bilimsel süreçlerle çok daha yakın bağlantılı, ekonominin geneline yayılan özelliğiyle ön plana çıkabilmektedir. (OECD, 2000: 7-8).

Girişimcilikte yenilikçiliğin çeşitli organizasyonel yapılarda ve farklı önem kavramlarıyla kullanıldığı görülmektedir. Temel olarak işletmelerde yenilik (inovasyon) iki şekilde kullanılmaktadır. Bunlar radikal ve artımsaldır.

İşletmenin sürdürülebilirliğinde ve rekabet avantajı sağlamasında, radikal yenilik önemli rol oynamaktadır (Chiesa ve Dğr, 2009). Çünkü küresel rekabette öne çıkmayı sağlayan farklılıklar, yeni müşteri değeri oluşturma radikal yeniliklerin

yapılması ve benimsenmesi gerekliliğini doğurmaktadır. Radikal yenilikçilik, müşterilerin, rakip işletmelerin ürün ve hizmetlerine yönelmesini engellemede temel yol olarak görülmektedir. (Cravens ve Dğr, 2002). Bunlardan yola çıkarsak temel olarak radikal yenilikler, hem müşteri yararına dayanmakta hem de yeni bir teknoloji tabanına oturmaktadır. (Sternitzkea, 2010).

Mevcut ürün ve süreçlerin geliştirilmesi ise, Artımsal yeniliktir. Artımsal yenilik, küçük değişiklikleri ifade etmekte, uygulayıcılar açısından mevcut işletme faaliyetlerinde ufak değişikliklerin uygulanması olarak ifade edilebilmektedir. (Presscott ve Slyke, 1997:120-121). Artımsal yenilikler yine müşteri yararı gütmekte ancak ürün ve süreçler için küçük iyileştirmeler ile tüketicinin daha fazla tatmin olacağı ve kolay kullanılacak bir sonuç hedeflemektedir. (Darroch ve McNaughton, 2002). Küçük iyileştirmelerin finansal yükümlülüğündeki düşük oran yanında müşteri faydasına kazandırdığı katma değer ile artımsal yenilikler işletmelerde pazar paylarına büyük katkı sağlamakta ve işletmelerin sürekliliğini sağlayarak uzun süre faaliyette kalma süreçlerine fırsat yaratmaktadır. Bir diğer yandan pazar liderliğini güçlendirme imkânı sağlamakta, mevcut pazar payını koruma altına almaktadır. Tabii bu durum işletmelerin yeni riskli fırsatlardan kaçınmalarına sebep olmakta, pazar genişletme ve ürün geliştirme stratejileri ile ayakta kalmalarına ancak radikal yenilik sürecinden daha uzak olmalarına neden olabilmektedir. (Iyer ve Dğr, 2006).

2.2. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilik, sağladığı ekonomik katma değer, tarihsel süreci ile birlikte kazandığı roller, davranışsal özellikler, sosyolojik yapılar, vb. pek çok etkene bağımlı bir kavramdır. Girişimcilik kavramını bireye indirgeyerek girişimci üzerinde durulması, girişimciliği etkileyen temel faktörleri daha net ortaya çıkaracaktır.

Demografik faktörler, sosyal faktörler ve psikolojik faktörler olmak üzere, girişimciliği etkileyen üç önemli faktörden bahsedilebilmektedir. Demografik faktörler; bireylerin yaşı, cinsiyeti, eğitimi, ailenin ilk çocuğu olması, girişimci bir aile çevresinden gelmesi, iş tecrübesi, medeni durumu, sosyoekonomik statüsü, ailenin eğitim durumu, ailenin gelir durumu, kardeşlerinin sayısı ve çevresindeki rol modeller gibi birçok özelliği kapsamaktadır. (Kayış, 2010: 23). Sosyal faktörler; çocukluk döneminin sosyal yapısı, aile ortamı ve moral destek ağları, çevresinde

destek veren bireylerin varlığı (akrabalar, arkadaşlar) gibi sosyal ortamın etkilerini inceleyen çalışmaları barındırmaktadır. Psikolojik faktörler ise; kişisel özellikler, davranış özellikleri, düşünce özellikleri, kim olduğumuz, hangi psikolojik pozisyonda bulunduğumuz gibi ölçütlerdir. (Aytaç, 2006: 142).

Kültürel, sosyal ve siyasi zemin, yazılı olan kuralların yanında yazılı olmayan kuralları da oluşturmuştur. Çalışmalar toplumun girişimciliğe yüklediği roller üzerinde yoğunlaşmaktadır. Girişimcilere sağlanan teşvikler ve destek politikaları ve sitemleri, ülkelerin iktisadi konumları ve aralarındaki üretim paylaşım farklılıkları, sektörlere yönelik destek programları ile ortaya çıkan girişimcilik potansiyeli konusunda bilgi sahibi olunmakta, buradan alınan ve gözlemlenen veriler ile girişimci özelliklerinin etkisi izlenebilmektedir. (TÜSİAD 2002: 48-52; İlter 2006: 30).

Bir diğer bakış açısıyla girişimci kişiliğin oluşumuyla ilgili üç faktör üzerinden gitmek fayda sağlayacaktır. Bu faktörleri de eğitim etkisi, aile etkisi ve toplumsal çevre etkisi olarak sıralayabiliriz.

Kan bağı, evlilik ve resmi bağlarla birbirine bağlı olan bireylerden oluşan topluluk aile olarak tanımlanmaktadır. (Öztürk 2002: 88) Bireylerin sosyal kişiliklerinin ilk oluştuğu kurum şüphesiz ki ailedir. Bireyler, ilk tecrübelerini aile ile edinmekte, aileden öğrendiği şekilde hayatını sürdürmektedir. Dolayısıyla ilk rol modelleri aileden gelmekte, meslek seçimlerinde ailenin değer yönelimleri önem göstermektedir. Başta Max Weber olmak üzere birçok sosyal bilimci tarafından iktisadi davranışın oluşması ve girişimci aktivitelerin artması sürecini eğitim, cinsiyet, yaş, din, siyasi koşullar ve aile kökeni gibi etkenlere bağlanmış bu tip etkenler özellikle vurgulanmıştır. (Aytaç ve İlhan 2007: 105). İlk kapitalist girişimciler aileleri istihdam ederek çocuk yaştaki bireylerin de yetişkin bireyler gibi üretim süreçlerinde aktif faaliyet göstermeleri gerektiğine dair klasik beklentiye uymuşlardır. (Giddens 2005: 112-113). Girişimciliğin tarihsel süreci detaylı olarak araştırıldığında, girişimci olan ailelerde yetişen bireylerin, benzer şekilde girişimcilik yaptıkları, yeni bir iş kurarak ya da aile işletmelerini büyütürken girişimcilikte bir yol izledikleri görülmüştür. Dolayısıyla herşeyin ailede başladığı gibi girişimcilik de ailede başlamakta, aile kültürü önce işletmelere ve sonrasında topluma

yansımadır. Yani işletmenin ve iktisadi sürecin tüm aşamalarına ailenin sahip olduğu kültür yansıyabilmektedir. (Bektaş ve Köseoğlu 2007: 298).

Aile faktörü tüm bu etmenler düşünüldüğünde, girişimci temelin oluşmasında çok önemli bir role sahiptir. Çocuğun davranışları ve karakteri üzerinde en üst derecede belirleyici kavram ailedir. Aile doğal olarak kendi değer yargılarını, heyecanlarını, tepkilerini çocuğa yansıtır. Küçük yaşlarda öğrenmeye açık olan ve temel ihtiyaç fonksiyonlarını sağlamada örnek alabilecekleri rol model olarak aileyi gören çocuk, aile içinde yaşanan örnekleri, tanık olduğu olayları, bilinçaltında temel zemine yerleştirmektedir. Her türlü ilk davranış ve ilk bilgileri ailede edinen çocuk dolayısıyla da sosyal ve ekonomik becerilerini de ilk olarak bu ortamda kazanmaya başlar. Ailenin sosyal ilişkilerinin güçlü olması, girişken ve başarı odaklılığı, tutumlu yaşantısı, atak ve üretken oluşu, ailede yetişen çocukların girişimcilik eğilimlerinde artışa neden olur. Çocuk daha küçük yaşlarındayken, sorumluluk almaya teşvik edildiği, çalıştığı, satış yaptığı, ekonomik birikimler sağladığı ailelerde yetiştiğinde, dış dünya hakkında daha çok bilgi sahibi olacak, piyasa şartları, mücadele, rekabet ve kazanç gibi kavramlara ilişkin ilk kazanımlarını elde edecektir. (Aytaç ve İlhan 2007: 107).

Aile ortamında ilk sosyal ve kültürel becerilerini edinen çocuk ilerleyen süreçte eğitim ile hem yeni kazanımlar elde etmekte hem de daha geniş bir sosyal çevre oluşmaktadır. Eğitim süreci ile birey bilgi alımının yanı sıra düşünsel ve kültürel değerleri de öğrenebilmektedir. Bu süreçte alınan bilgi ile hayatının birçok alanında karşılaşacağı durumlara hazırlıklı olmasını sağlayacak, kendi sosyal çevresinin oluşması konusunda da ilk adımlar eğitim ve öğretim süreci içinde atılacaktır. Durumlara karşı tepki ve yaklaşımlarını edinecek, doğacak sonuçları hesaplayarak en uygununu seçebilecektir. Söz konusu bu seçimler, bireylerin sosyal yaşam tarzlarını da şekillendirmektedir. Eğitim, bireylerde özellikle meslek seçimi alanında etki gösterebilmekte, gelecekte yapacağı seçimlerde izleyeceği yollara ön hazırlık aşaması oluşturmaktadır. (Doğan 2002: 217).

Son dönemlerde Avrupa ve Amerika'da yapılan çalışmalar ile iktisadi gelişimin temelini girişimcilik eğitimiyle olabileceğini belirlenmiş, girişimcilik ve yenilikçiliğin geliştirilmesi için girişimcilik eğitimi gerekliliği saptanmıştır. Söz konusu girişimcilik eğitimiyle bireylere, grup sorumluluğu alma, yeni fikirler

geliştirme, yenilikçiliği ön plana çıkarma, yani kısaca temel girişimci özelliklerini edindirme amaçlanmaktadır. (Oosterbeek ve Dgr, 2009: 1-2).

Benzer bir çalışma OECD tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada girişimcilik eğitiminin verilmesinin, girişimciliğin geliştirilmesi pozitif ilişki tespit edilmiştir. Farklı etmenler de göz önünde bulundurularak, girişimciliğin geliştirilmesi için girişimcilik eğitimlerinin daha erken yaşlarda verilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır.

Girişimcilik eğitimi ile ilgili diğer ülkelerdeki gelişmelere baktığımızda, 2005 yılından itibaren İngiltere’de 14 ile 16 yaş aralığındaki öğrencilere günde beş saatlik girişimcilik dersi verilmektedir. Macaristan’a baktığımızda ise bu yaşın daha küçüldüğü, girişimcilik derslerinin ilk ve ortaokul müfredatları içinde yer aldığı görülmüştür. Amerika’da ise girişimcilik eğitime yine önem verilmiştir ve yaklaşık 1500 kolej ve üniversitede girişimcilik dersleri okutulmaktadır.

Girişimcilik eğitimlerine atfedilen bu büyük önemin nedenine örnek oluşturacak şekilde ABD’de yapılan bir araştırmada, girişimcilik eğitimi almış olan bireylerle ilgili şu sonuçlara erişilmiştir: (Soylu ve Kepenek, 2008).

- Girişimcilik eğitimlerine katılanlar, eğitimlere katılmayanlara göre üç kat fazla yeni bir iş kurma eğilimindedir.
- Girişimcilik eğitimlerine katılanların kendi işletmelerinde çalışmaya üç kat daha fazla istekli oldukları görülmüştür.
- Girişimcilik eğitimlerine katılanlar, eğitim almayanlara göre % 27 oranında daha fazla gelir sağlayabilmektedirler.
- Girişimcilik eğitimi alanların mal varlıklarının, eğitim almayanlara göre %62 fazla olduğu görülmüştür.
- Aynı zamanda girişimcilik eğitimi alan bireylerin çalıştıkları işlerde de daha fazla tatmin oldukları gözlemlenmiştir.

Yapılan çalışmalar gösteriyor ki bireylerde sonradan da girişimcilik kültürü oluşturmak mümkündür. Fakat girişimcilik eğitimi, girişimcilik kültürünün oluşturulmasının yanı sıra, yapılan mesleğin devamı sırasında da sürdürülmesi gereken sürekli eğitim özelliği taşınmalıdır. (İlter 2006: 32).

Şuana kadar bahsettiklerimizden yola çıkarak girişimcilik kültürünün ailede başladığı, bu kültürün mevcudiyetinden bahsedebilmek için ailede bireye verilen ilk tecrübelerin oldukça önemi olduğu şüphe götürmezdir. Arkasından gelen eğitim sürecinde aldıkları tecrübeler de önem göstermektedir. Eğitim kurumlarında, gerekli girişimcilik eğitimleri sağlanmalı, girişimcilik faaliyetleri desteklenmeli ve girişimcilik ile ilgili teşvikler oluşturulmalıdır. Ancak bu iki faktörün önemi kadar önemli ve tamamlayıcı bir faktör de toplum etkisidir. Tüm bu yetiler toplumun etkisiyle desteklendiğinde anlamlı olabilmektedir. Yani toplumsal çevrenin, girişimciyi motive edici özellik taşıması gerekli görülmektedir. (İlter 2006: 33).

Bir toplum üzerinde en büyük etkiyi yaratan kavram kültür olarak nitelendirilebilir. Toplum oluşturulan bireylerin ortak karakteri olarak belirtilebilen kültür, bireyden bireye aktarımlarla öğrenilmekte ve yaşanmaktadır. Toplum yapısını temelden etkileyen kültür kavramı, dolayısıyla bireylerin girişimcilik özelliklerine de etki etmektedir. Ön yargılar kültür ile oluşmakta, aile yapısı, gelenek, görenek, sosyal çevre gibi etkenler toplumsal kültür algısı ile şekillenmektedir. Bu şekillenme ise hayatta karşılaşılan durum ve şartlara yönelik tutumları belirlemektedir. (Aytaç, 2006).

Girişimcilik ve kültür arasındaki ilişkiyi incelerken bakılması gereken yön, toplum kültürünün girişimciliği desteklemesi veya engel oluşturması özelliklerine bağlı değerlendirilmesidir. 1962 yılında McClelland, girişimciliği destekleyen kültürlerde ortaya çıkan üç davranış biçimi olduğunu ifade etmiştir. Bunlardan birincisi yüksek oranda sorumluluk duygusu, ikincisi risk alırken hesaplama yeteneği, üçüncüsü ise çabaya yönelik karşılık beklentisidir. (Johnson, 1990: 40).

Girişimciliği etkileyen faktörlerin girişimcilik özellikleri ve girişimcilikte başarı kavramlarını karşımıza çıkardığı görülmektedir.

2.2.1. Girişimcilik özellikleri

Kişilik, girişimcilik ruhunun açığa çıkarılmasında rol oynamakta olan önemli etmenlerden biridir. Bu bağlamda girişimciliği, kişilik özelliklerinin bileşimi olarak düşünebiliriz. (Nigar DEMİRCAN, 2008: 46). Girişimci kişilik özellikleri ile ilgili yaklaşımlar, girişimcilerin özel insanlar olduğunu kabul etmektedir. (Sven RIPSAS, 2003: 112). Girişimciler kişilik özellikleri kaybolmayan bir özellik arz etmektedir ve

bir girişimci sürekli bir girişimcidir. (William B. GARTNER, 1989: 12). Tüm bunlardan dolayı girişimciler ve girişimci olmayanların arasındaki önemli unsurlardan biri kişilik özellikleridir. Bunun sebebi ise girişimci bireylerin kişilik özellikleriyle girişimciliği tercih etmeleri arasında önemli ilişkilerin bulunmasıdır. (Rauch ve Frese, 2000: 108)

Kişilik kavramı psikoloji bilimi altında yer almakta, başta sosyoloji olmak üzere birçok bilimsel alanla bağlantı gösterebilmektedir. Bireyin sosyal yaşamının bir parçası olan, tarih süresince ilgi gören kişilik kavramı, 1930 yıllarında bilimsel gelişimine başlamış, sosyal bilimin diğer alanlarından ayrılarak kişilik psikoloji alanında incelenmiştir. (Yelboğa, 2006: 198). Bir bireyin davranışlarını, olaylar karşısındaki tutumlarını, konuşma ve iletişim tarzlarını, farklı alanlardaki alışkanlıklarını, fiziksel görünüm ve giyim tarzını kapsayan kavram, kişilik olarak tanımlanabilmektedir. (Hogan ve Dğr,1996).

Yeni fırsatları keşfetme, seçme, yorumlama ve uygun koşullarda veya belirsiz bir ortamda faaliyete geçirme yeteneği girişimciliktir. Girişimcinin bu yeteneklerini etkileyen bir takım ana faktörlerden bahsedebiliriz. (Ferrante, 2005). Bu faktörler, kendine güven, başarıma ihtiyacı, belirsizliğe tolerans, risk alma, yenilikçilik ve kontrol odağıdır. (Koh,1996).

1961 yılında McClelland, insan davranışlarındaki itici gücün başarıma ihtiyacı olduğunu, başarıma ihtiyacının da girişimcilik davranışlarını etkileyen psikolojik bir etken olduğunu ileri sürüştür. İnsanların kendi çabalarıyla başarıya ulaşmaktan hoşnut oldukları ve haz aldıkları görülmektedir. (Koh, 1996). Diğer yandan, iletmelerde büyüme, ekonomik ilerleme ve kalkınma için kritik bir öneme sahip başarı güdüsü, girişimcilikte en yaygın belirleyicilerinden biridir. (Pillis ve Reardon, 2007).

Kontrol odağı, bireyin kendi davranışlarının ve bu davranışların sonuçları arasındaki bağlantının gücünü ifade etmektedir. (Zhao ve Chen, 2008). Bir diğer tanımlamaya göre kontrol odağı, bir bireyin yaşamındaki, eylemleri hakkındaki algılarını ve yaşamındaki olayları kontrol edip edemeyeceğine olan inancını temsil etmektedir. (Di Zhang ve Buring, 2011). Yapılan tanımlarda genel olarak davranış ve sonucu algılama biçimi temel oluşturmaktadır. Bir başka tanımlamada, çevresel etkiler ya da

şans ile kişisel sorumluluk ve inisiyatif olarak, kişilerin başarı ve başarısızlıklarını algılama derecesidir. (Lau ve Shaffer, 1999). Julian Rotter kişilerin, yaşamlarını denetleyebilme yetenekleri açısından birbirlerinden farklı olduklarını gözlemlemiştir. Bazı bireyler kendi yaşamlarını denetimini yapabilmeleri, yapacakları veya yapmak istedikleri eylemler için gereken güç ve yeteneği kendilerinde görmektedir. Bazı insanlarda ise bu güç ve yeteneği kendilerinde görmedikleri için, bunların dış faktörler bağlı olduğuna inanç mevcuttur. (Cüceloğlu, 2010).

Bireylerin hayatlarında belirsiz bir inisiyatif olarak, olumsuz sonuçlarla karşılaşma olasılığı risk olarak ifade edilebilmektedir. (Davidsson, 2010). Bir diğer tanımlamaya göre ise, risk, arzu edilmeyen etkilerin veya olayların ortaya çıkması olasılığıdır. (Balıkçı, 2009). Risk, olumsuzun olasılığı olarak düşünülebilecek sayısal bir ifadedir. Risk alma kavramı ise, sonuçların ne olacağını bilmeden veya olumsuz sonuç olasılığı olan, bilinmeyen bölge ya da koşullarda inisiyatif almayı ve karar vermeyi barındırmaktadır. (Wakkee ve Dğr, 2010). Norton Jr. ve Moore (2006) yaptıkları bir çalışmada, risk alma kavramının girişimcilikteki önemini görmüş, risk alam yeteneğini girişimcilerin önemli bir özelliği olarak belirlemiş ve girişimci olan bireylerin, girişimci olmayan bireylere göre, daha fazla risk alabildiklerini tespit etmişlerdir.

Yapılan bir araştırmaya göre, girişimciliği hedefleyen bireylerde % 54,4 oranındaki bir çoğunluk kendi işletmesini kurabilmek için gerekli olan niteliklerden en önemlisinin “risk üstlenebilme” olduğunu belirtmiştir. Bir girişimcinin finansal ve zamansal gücüne yönelik belirsizlikleri önceden hesap ederek ve olası sonuçları göze alarak bir işe başlaması risk üstlenebilme olarak ifade edilebilir. Aynı araştırmanın diğer sonuçlarında, % 10,3 oranında kişi sermaye sahipliğinin, % 8,8 oranında kişi ise organizasyon yeteneğinin, gerekli niteliklerden en önemlisi olduğunu belirtmiştir. (Çizelge 2.5.). (Gözek ve Akbay, 2012)

Çizelge 2.5. Kendi İşini Kurabilmek İçin Gerekli Nitelik ve Şartların Dağılımı

	Sayı	Oran (%)
Risk üstlenebilmek	37	54,4
Sermaye sahibi olmak	7	10,3
Organizasyon becerilerine sahip olmak	6	8,8
Girişimcilik eğitimi almak	5	7,4
Fırsatları okuyabilmek	4	5,9
Geniş bir çevreye sahip olmak	2	2,9
Üretimle ilgili teknik bir bilgiye sahip olmak	2	2,9
Diğer (liderlik, yenilikçi uygulamalar, tecrübe)	5	7,4
Toplam	68	100,0

Kaynak: (Gözek ve Akbay, 2012)

Aynı girişimci adaylarına kendi işini kurabilmesi için sahip oldukları en önemli özellik sorulduğunda, girişimci adaylarından % 27,9 oranında birey risk üstlenebilme özelliğini, % 14,7 oranında birey liderlik özelliğini, % 14,7 oranında birey organizasyon yeteneğini ve % 13,2 oranında birey tecrübesini ön plana çıkarmıştır. Sermaye sahibi olma özelliği konusu ise sadece % 1,5 oranında kalmıştır. (Gözek ve Akbay, 2012)

Belirsiz bir durum, gerekli ve yeterli verilerin eksikliğinden dolayı yeterince öngörülerek yapılandırılmamış veya bir kişi tarafından kategorize edilememiş durumlar olarak ifade edilebilmektedir. Belirsizlik toleransı da, belirsiz bir durumda sorumluluk ve inisiyatif alma yeteneğidir. Bir diğer anlamda risk alabilme yeteneği ile denkleşmektedir. Yani belirsizlik toleransı, belirsiz bir ortamda verilen kararlar hakkında daha fazla bilgi ve veri aramaksızın yüksek bir hoşgörü gösterme anlamına gelebilmektedir. Belirsizlik toleransı ile gelen yüksek hoşgörü ile bireylerde yeni ve yaratıcı şeylerin bulunmasına olanak sağlamaktadır. (Teoh ve Foo, 1997).

Bir olay için belirsizlik yeterli veri ve bilgi bulunamadığında doğmaktadır. Girişimcilerin davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahip unsurlardan biri yeni bir işe başlanıldığında belirsizliktir. Girişimciler, girişimcilik süreçlerinde belirsizlikler ve zorluklarla karşılaşmalarında ısrarlı olmalı ve çabalarına devam etmelidir. (Wu ve Dğr, 2007).

Girişimcinin yeteneğini etkileyen faktörlerden biri de kendine güvendir. Girişimcilikte kendine güven, girişimci bireylerin yeni bir iş kurma sürecinde, yetenekleri ile işin üstesinden gelebileceklerine olan inançlarını ifade etmektedir. (Bowman, 1999). Girişimcinin kendine güveninin yüksek olması, sınırlı sermaye, sınırlı kaynak ve sınırlı zamanla bile yeni girişimleri üstlenmesinde, zorlu işlerin üstesinden başarılı bir şekilde gelmesini sağlar. Aslında, bir bireyin başarıya ulaşması için önemli şartlardan biri kendi yeteneklerine olan inancı yani kendine güvendir. Kendine güven girişimcinin daha iyi motive olmasını sağlamakta ve performansı da büyük oranda etkilemektedir. Bir girişimci, işinde sayısız zorluklarla, belirsizliklerle karşı karşıya gelebilmektedir. Dolayısıyla yeteneklerini etkileyen kendi güven kavramı burada önemli rol üstlenecektir. (Hallak ve Dđr, 2011: 145). Yani, girişimcilerin belirlemiş oldukları hedefler doğrultusunda girişimlerine başlamaları ve girişimciliğin ilerleyen süreçlerinde kalkınma ve gelişme başarısı kendilerine olan güvenle sağlanmaktadır.

Yenilikçilik kavramı girişimciliğin başarısındaki en büyük etmenlerdendir. Dolayısıyla girişimcinin yeteneğini etkileyen faktörler düşünöldüğünde de önemli bir yere sahip olacaktır. 1943 yılında Schumpeter'in görüşüne girişimciliğin odak noktası yenilikçiliktir. Yenilikçilik (inovasyon) ile işletmenin mevcut kaynaklarının artırılabilceği ve yeni istihdam olanaklarının sağlanabileceği görüşünü ifade etmiştir. 2005 yılında Wonglimpiyarat'in görüşüne göre de teknolojinin geliştirilmesi ve daha pratik şekilde kullanılması, fırsatların değerlendirilmesi için gereken yol yenilikçiliktir. Ürün ve hizmetlerin yeni süreçler ile sunumu da bu kavramların yanında yer almaktadır. 2011 yılında Karimi'nin ifadesinde yenilikçilik; yeni ürün, yeni hizmet, yeni süreç, yeni teknoloji şeklinde belirtilmiştir. (Rahman ve Lian, 2011). Yani yenilikçilik girişimcilikteki önemi gibi, girişimcinin yeteneklerinde var olması gereken bir davranış biçimi olarak görölmektedir.

2.2.2. Girişimcilikte başarı

Girişimcilikte başarı incelendiğinde, girişimciliği etkileyen faktörler ve girişimcilik özellikleri temel değerlendirme kriteri olarak karşımıza çıkmaktadır. Aksaray Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan "Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler" adlı çalışma, girişimci olmayı hedefleyen bireylerin sahip oldukları kişilik özellikleri ile girişimciliğe olan

eğilimleri arasındaki ilişkileri araştırmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre; (Uygun ve Dğr, 2012)

- Erkek bireylerin kadın bireylere göre girişimcilik eğiliminin daha fazla olduğu görülmüştür.
- Mühendislik eğitimi alan bireylerin almayanlara göre girişimcilik eğiliminin yüksek olduğu belirlenmiştir.
- Aile gelirleri yüksek olan bireylerin nazaran düşük olan bireylere göre girişimcilik eğiliminin daha fazla olduğu görülmüştür.
- Batı yörelerinde büyüyen bireylerin diğer yörelerde büyüyen bireylere göre daha fazla girişimcilik eğilimi olduğu görülmüştür.
- Büyük kentlerde büyüyen bireylerin kasaba ve banliyölerde büyüyen bireylere göre daha fazla girişimcilik eğilimi olduğu görülmüştür.
- Öncesinde bir işte çalışmış olan bireylerin hiç çalışmamış olan bireylere göre daha fazla girişimcilik eğilimi olduğu belirlenmiştir.
- Aktif olarak sosyal bir kuruma üye olan bireylerin üye olmayan bireylere göre daha fazla girişimcilik eğilimi olduğu görülmüştür.
- Kişilik özellikleri olarak risk alma ve kendine güven özelliği taşıyan bireylerin daha fazla girişimcilik eğilimi gösterdiği ve bu özellikler arttıkça da girişimcilik eğiliminin daha fazla arttığı tespit edilmiştir.

Konu ile ilgili benzer bir çalışma da Kafkas Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören son sınıf öğrencileri arasında uygulanmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, hem Kars'taki hem de Kırıkkale'de eğitim gören öğrencilerin büyük çoğunluğunda kendi işini kurma olasılığı ifade edilmiş, iş fikirlerinin olduğu belirlenmiştir. Bu öğrencilerin kişilik özelliklerine bakıldığında ise özgüven sahibi, yenilikçi, başarı ihtiyacı hissedene, kontrol odağı sahibi, risk alabilme eğilimi olan bireyler olduğu görülmüştür. Fakat belirsizlik toleranslarının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Cinsiyet faktörüne bakıldığında erkek öğrencilerin özellikle başarı ihtiyacı konusunda kadın öğrencilerden daha yüksek özellik gösterdiği, belirsizlik toleranslarının da daha yüksek olduğu görülmüştür. Daha önce bir girişimcilik faaliyetinde bulunmuş öğrencilerin bulunmayanlara göre daha çok girişimcilik özelliği gösterdikleri görülmüştür. Bu sonuçlara göre, öğrencilerin girişimciliğe eğilimli olduklarını ifade etmek mümkündür. (İşcan ve Kaygın, 2011)

Bu güne kadar yapılan araştırmalara bakıldığında; yeni fırsatlar yakalama (Baum ve Dęr, 2007: 3), yapıya uygun insan kaynakları politikası uygulama (Baum ve Dęr, 2007: 4; Morrison 2000: 62), risk alma, kendine güven (Oosterbeek ve Dęr, 2009: 5), yenilikçi olma (Chen ve Dęr, 1998: 300; Krueger, 1999), mali kaynaklara sahip olma (Taylor ve Newcomer, 2005: 24), çevrenin yenilikçi özellikte oluşturulması (Baum ve Dęr, 2007: 1), beklenmeyen zorlukların üstesinden gelme (DeNoble ve Dęr, 1999) gibi faktörler başarı algısında önem göstermiştir.

3. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

3.1. Girişimcilik ve Cinsiyet İlişkisi

Girişimciliği etkileyen faktörlere bakıldığında, araştırılması gereken bazı önemli değişkenler; ailenin yapısı, sosyal etkenler, yaş, girişimcinin eğitim durumu, yaşadığı çevre, girişimcinin cinsiyeti vb. olarak sayılabilir. Girişimcide cinsiyet kavramına bakıldığında, toplumsal cinsiyet bağlamında şekillenen cinsiyet algısı bu değişkenlerin arasında önemli bir paya sahiptir. Toplumsal cinsiyet algısı kavramının, yapılan cinsiyet tanımlarından farklılık gösterdiği görülmektedir. Cinsiyet, bireylerin henüz dünyaya gelirken yanında getirdikleri bir fizyolojik özelliktir. Dolayısıyla cinsiyet özellikleri biyolojik nitelikler olarak görülebilmektedir. (Aksu, 2008: 11).

Cinsiyet kavramının etki noktasını biyolojik etkiler ve toplumsal cinsiyet algısı etkileri olarak düşünebilmekteyiz. Bu bağlamda cinsiyet her iki açıdan bakıldığında da girişimciliği etkileyen faktör olarak görülebilmektedir.

Biyolojik cinsiyet farkı bireylerin girişimcilik algısını etkilemede yine biyolojik veriler yaratabilmektedir. Kadın ve erkekler arasındaki biyolojik farklılıklarda beyin yapısı, anlayış kabiliyeti, düşünme farklılıkları, bakış açısı farklılıkları ilgili bilim dallarında sürekli araştırılmaya devam edilmektedir. Bu tip farklılıklar dolayısıyla girişimcilik sürecinde başarı algısını da etkileyecektir.

Toplumsal cinsiyet kavramı ise; bireyin sosyal olarak belirlenen rol ve sorumluluklarının cinsiyet faktörüne bağlı yapısını ifade etmektedir. Yani kadın ve erkeğin toplumsal ve sosyal rolleridir. Toplumsal cinsiyette biyolojik farklılıktan ziyade, kadınların ve erkeklerin toplum tarafından nasıl görüldüğü, nasıl algılandığı, nasıl düşünüldüğü ve nasıl davrandığı önemlidir. (Akın ve Demirel, 2003: 73).

Hofstede, toplumsal cinsiyet kavramının incelenmesiyle ilgili önemli araştırma ve eserlere imza atmıştır. Hofstede bu çalışmalarında, toplumdaki kadın ve erkek algısı değişkenini kullanmış ve cinsiyetler arası rollerin ilişkilerini inceleyerek açıklamalarda bulunmuştur. Bu açıklamalar toplumda cinsiyetler için belirlenen

roller esas alınarak değerlendirilmiştir. (Doğan 2007: 74). Burdan hareketle Hofstede'ye göre, bir toplumsal kültürün eril (erkek egemen) veya dişil (dişil egemen) olduğunu saptamak için topluma yansıyan temel egemen değerler verisinden yola çıkılması olanaklıdır. (Sargut 2001: 175).

Toplumların birçoğunda koşullar ve yasal haklardan yararlanma gibi konularda, bireyler için cinsiyet kavramına bağlı çifte standartların var oluşu ve sonuç olarak farklı değerlendirmelere tabi tutulması, sık rastlanan olgulardandır. Bu ayrımcılık genellikle kadına yönelik olmakta ve pozitif ayrımcılık olarak adlandırılabilir. (Narin ve Dğr, 2006: 66). Tarihsel süreçte kadının aile yapısındaki rolü, aile dışı ilerin erkek tarafından gerçekleştiriliyor olması gibi etkenler ile girişimcilik sahnesinde genellikle erkekler bulunmuş ve girişimcilik konusunda yapılan çalışmalar erkekler temel alınarak yapılmış, bunun için, girişimcilikte genellikle erkeklerin var olduğu düşünceleri hâkim olmuş erkekler varsayılmıştır. Kadın girişimcilerin de iş hayatında aktif rol oynamaya başlamasıyla birlikte, girişimci tipleri yeni bir boyut kazanmıştır. (İlter, 2010: 67). Kadınlar biyolojik kişilik özellikleri de göz önüne alındığında fırsatlara yenilikçi bir biçimde yaklaşmaktadır. İş hayatına yaşam kalitesi getirmelerinin yanında, ekonomik çevrenin gelişmesinde de katkıda buldukları görülmüştür. Bunun en önemli nedenlerinden birinin kadında fizyolojik olarak var olan yenilikçilik gücü olduğu düşünülebilmektedir. Erkek girişimciler iş hayatında daha otoriter bir yönetim anlayışı benimsemekte, kadın girişimciler ise yönetim kavramına bütüncül yaklaşım göstermektedir. OECD'nin 1997'de yapmış olduğu bir araştırma sonuçlarına göre; kadın girişimci, takım çalışması, şirket yapısındaki hiyerarşinin azalması gibi bütüncül yaklaşımların yanında, kalite yapılanmalarındaki bakış açısı, personel eğitimi ve başarı olgusunun değerlendirilmeleri gibi yapıcı özellikleri sonucu erkek girişimciden daha duyarlı bir davranış biçimi göstermektedir. (Narin ve Dğr, 2006: 70).

Kadın ve erkek girişimciliğın ayrı kabul edilmesi ve incelenmesi bazı teorisyenler tarafından doğru bulunmamakta, kadın ve erkek girişimcilik arasındaki özellikleri ayırmak anlamlı kabul edilmemektedir. Çoğu araştırmacı grubuna göre ise, kadın ve erkek girişimciler arasında önemli farklar bulunmakta, bu farklılıkları da çalışmalarında ortaya koymaktadırlar. (Güney, 2006: 28). Tabi ki bu çalışmalarda hedeflenen bir cinsiyet ayrımı çabası değildir. Ortaya konmak istenen bilgi, iki kavram arasında girişimcilik ile ilgili farklılıkların, sosyo-ekonomik farklılıkların

belirlenmesi çabasıdır. Bu belirlemelere göz atılacak olursa kadın girişimcilerin motivasyon kaynakları, yaptıkları girişimde destek aldıkları kişiler, girişimciliğe başlama yaşları, yaptıkları girişimlerde buldukları sektörler, geçmiş eğitimleri, kaynak kullanımı, deneyim sahibi oldukları alanlar gibi bazı konularda da erkek girişimciden daha farklı niteliklere sahip olduğu görülmekte ve kendilerine özgü bir girişimcilik kültürü ortaya koymaktadırlar (İpçioğlu, 2011: 100).

Eril davranış özelliklerinde ise temel unsurlar, rekabet, otorite, uzlaşmazlık, atılganlık, ekonomik güç, hırs, yarışmacı tutum, baskıcı tavır takınma ve maddeci eğilimler gibi sıralanabilmektedir. Bu unsurların oluşumu, toplumda erkeğe atfedilen rolle alakalıdır. Tarihte erkek bireyin rolü daha çok savaş özelliği göstermekte ve avcılık, hayatta kalma davranışları ve rekabet olarak görülmektedir. Bu şekilde biçimlenmiş olan toplumlarda, bireyler daha ön plana çıkmakta, çatışmalar ise daha çok rekabetçi özellikler gösteren bireyin kazanacağı şekillerde sonuçlanmaktadır. (Hofstede, 2001: 279 - 286). Tüm bunlarla beraber toplumun gözünde girişimciliğin büyük oranda erkek bireye yakıştırılan bir özellik oluşu görülmektedir.

Hofstede tarafından yapılan çalışmalardan birinde, IBM çalışanları üzerinde bir inceleme yapılmış, çalışanların toplumsal cinsiyet algıları ve nereli oldukları bağlantısı üzerinde durulmuştur. Bu çalışma kapsamında, bireylere yakın olduğu değerler sorulmuştur. Cinsiyet bilgisi alınmadan yapılan bu çalışma ile yakın olduğu değerlere göre bireylerin dişil ve erilliği ölçülebilmştir. Aynı çalışmanın sonuçlarına göre Türkiye; Brezilya, İran, Fransa, Tayland, Tayvan, İspanya, İsrail, Şili ve Peru ile birlikte aynı grupta gözlemlenmiş, dişi karakteri daha baskın görülen ülkeler arasında yer almıştır. Diğer tarafta, Türkiye'nin kültürel yapısıyla benzerlikler gösteren ülkelerden Meksika, Yunanistan, Japonya gibi bazı ülkeler ise erkek egemen bir özellik gösteren ülkeler arasında yer bulmuştur. (Sargut, 2001: 175-176).

Bir başka yapılmış çalışma sonuçlarında; Türkiye'de daha baskın özellik gösteren toplumsal cinsiyet yapısının "eril" olduğu gözlemlenmiştir. Türkiye'de erkek egemen toplum özellikleri görülmüştür. (Yamanoğlu, 2008: 77). Bu durum Türkiye'de girişimciliğin yalnızca erkeklere atfedilmesi görüşüyle paralellik göstermektedir. Ayrıca Türkiye'de yapılan girişimci profillerinin belirlenmesi amaçlı bazı bilimsel yönlü araştırmalarda sadece erkek girişimcilere yönelik bir yer verilmiş olduğu görülmüştür. (İlhan, 2005: 221).

İngiltere’de çalışanlara yönelik bir araştırma yapılmış söz konusu araştırmada, çalışanların nasıl bir patron istedikleri ve mevcut patronlarını istenmiştir. Çalışanların çoğunluğu tarafından verilen cevapların kadın bir patronla çalışmaya yönelik olduğu görülmüştür. Kadın patronların tercih edilmesindeki sebepler ise aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir. (Örücü ve Dğr, 2007: 121-122):

- Kadın patronlar, gerekli bir iş için erkek patronlardan çok daha fazla çaba göstermektedir ve daha çok dikkatli oldukları görülmüştür.
- Kadın patronlar, çalışanlar için gerekli eğitimleri daha iyi verebilmektedir. Kadınlarda öğreticilik tarafı erkeklerin öğreticilik yanına oranla çok daha gelişmiş olarak değerlendirilmiştir.
- Kadın patronlar, erkek patronlara oranla yeni oluşumlara ve değişimlere çok daha rahat uyum sağlayabilmektedir.
- Kadın patronların, çalışanlarına iş konusunda heves yaratma, motive etme ve teşvik edebilme özellikleri erkek patronlara kıyasla daha gelişmiştir.
- Kadın patronlar yeni fikir ve düşüncelere daha açıktır. Ayrıca kadın patronların yaratıcılıklarının da iş yaşamında başarı sağladığı görülmektedir.
- Kadın patronlar gözlem yeteneklerini iş yaşamında başarılı bir biçimde kullanabilmektedir.
- Çalışan iletişimde de kadın patronların sağlamış olduğu başarı iyi bir yöneticilik vasfı olarak görülmekte ve olumlu bir etki yaratmaktadır.
- Kadın patronların problem çözmedeki başarıları, bir yönetici vasfı olarak erkek patronlardan daha yüksek başarı göstermesini sağlamaktadır.
- Kadın patronlar, özel yaşamlarında da olduğu gibi iş yaşamında daha açık bir stratejiye sahip bulunmuştur.
- Kadın patronlar, erkek patronlara oranla iş yaşamında daha neşeli görülmektedir.
- Tahmin edilenin aksine kadın patronlar, kararlarını iş yaşamında kolay verebilmekte ve kararları hakkında daha ısrarcı olabilmektedir.

Bu belirtilen araştırma sonuçları ve değerlendirmeler göz önüne alındığında, kadınların girişimcilikte ekonomik ve sosyal anlamlarda ülkeye sağladığı kazanımların daha yoğun ve daha geleceğe yönelik şekilde değerlendirilmesi gerektiği görülmektedir. Bu anlamda kadın girişimcilerin, kendileri ve istihdam ettikleri bireyler için iş potansiyeli oluşturmaları ve iş hayatında aktif olmaları;

kadının toplumdaki konumunun güçlenmesine, toplumdaki gelişim seviyesinin artmasına ve gelir dağılımlarındaki adaletsizliğin önlenmesine büyük katkı da oluşturmaktadır. (Can ve Karataş, 2007: 253). Türkiye’de sosyal ve ekonomik gelişimin sağlanmasında, kalkınmanın sürdürülebilirliğinde, kadın girişimci sayısının artırılması ve kadın girişimcilerin güçlendirilmesiyle önemli bir mevcut potansiyel kullanılmış olacaktır. (Soysal, 2010b).

3.2. Kadın ve Erkek Girişimci Özellikleri

Girişimcilik sosyolojik olarak bakıldığında, yalnızca ekonomik bir etkinlik olarak değil, aynı zamanda başarı ihtiyacına dayalı görülebilecek bir kişilik özelliği olarak da tanımlanabilmektedir. (Gürol 2000: 224). Girişimci olmayı tercih etmelerinde başarı gereksinimi yanında birçok kadın ve erkek için farklı nedenlerde var olmaktadır. Kadın girişimci tipleri ve erkek girişimci tipleri elbette birbirlerinden farklılıklar göstermektedir. Girişimcilik kavramının beraberinde, risk alma, liderlik, kendine güven gibi bireyin yaşamını etkileyen kendine yetme ve başkalarına liderlik etme gibi sonuçlar getiren vasıflar bulunmaktadır. Schopenhauer’e göre “Bir insan kendisine ne kadar yeterse, başka insanlara o denli az gereksinim duyacaktır. Ayrıca başka insanlar da ona o kadar az tahammül edecektir.” Türkiye’deki gibi eril özellik gösteren, ataerkil yani erkek egemen toplumsal değerlerin daha baskın görüldüğü ülkelerde kadın girişimcilerin fazla aktif görülmemesinin nedeni kadınların kendi kendisine yetmesiyle birlikte sosyal ve ekonomik yapılar içinde erkeklere ihtiyaç duymayacaklarının korkusu olarak ifade edilebilmektedir. (Schopenhauer, 2008: 38).

İlerleyen bölümlerde kadın girişimci tipleri ve erkek girişimci tipleri tanımlanmaya çalışılacak, kadın girişimci ve erkek girişimci tipleri arasındaki farklar irdelenecektir.

3.2.1. Kadın girişimci tipleri

Kadın girişimciliği ile ilgili de farklı tanımlamalar yapılmıştır. Literatürdeki kadın girişimciliğiyle alakalı yapılan çalışmalara baktığımızda, tanımlamalarda görülen ortak noktalar mevcuttur. Bu ortak noktaları: Kurduğu kendine ait bir işletmesi olan, bu işletmesinde çalışanlarıyla veya tek başına faaliyet gösteren, işi gereği çeşitli kamu kurumları ve özel kuruluşlarla temas sağlayan, finansal kazancı üzerinde söz hakkı olan, işletmesi için gereken riski üstlenebilen kadınlar şekline uzatabilmekteyiz. Eğitim aldıkları alanda mesleğini yapan kadınlar ise risk almadan

çalışıyor oldukları için girişimci olarak kabul görmemektedir. (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 488; Ecevit, 1993: 17-18).

Kadın girişimcilere yönelik yapılan araştırmalarda kadın girişimciyi tanımlayan karakter özellikleri; kendine güven sahibi, rekabetçi özellik gösteren, aktif, amaç odaklı ve bağımsız olmaları olarak belirlenmiştir. (Zapalska ve Fogel, 1998: 141). Aktif olarak girişimcilik faaliyetlerini devam ettiren kadınlarda hırslılık özelliği, risk alabilme, kendi işinin kontrolünü sağlama gibi nitelikler de belirtilmektedir (Zhao, 2005: 26).

Küreselleşme ile beraber çalışma koşulları, işgücünün yapısı ve çalışanların iş güvenceleri büyük değişimlere uğramıştır. Bu değişimler ile işgücünün kadınlaşması da ortaya çıkan bir konudur. Küreselleşme, kadın çalışanlar açısından iki çok önemli olabilecek konuyu da göz önüne getirmiştir. Bunlardan ilki; kadının işgücü içindeki payının giderek artmasıdır. İkincisi ise; kötü koşullarda çalışan, düşük gelirli birey sayısının artmasıdır ki kadın çalışanlar bu halden büyük oranda etkilenmiştir. (Schall ve Dğr, 2009: 336). Ekonomik sürecinde sürekli kriz ortamına karşı koyamayan ülkelerin kadınlara sundukları olanaklar kaybolmuştur. Bu olanaksızlıklarda vasıf sahibi olmayan kadın işçilere istihdam sağlayacak işler sunamamışlardır. (Ecevit 1993: 22). Kadınlar genellikle esnek yapıda çalışma ve bağımsız özellikte iş yapabilme gibi niteliklere sahiplerdir. Dolayısıyla bu olumsuzluklara rağmen ücretli veya maaşlı çalışmaktan ziyade büyük oranda kendi şahsi birikimlerini kullanacak şekilde işletmelerini kurmaya yönelmişlerdir ve bunun sonucunda girişimci olarak çok önemli bir ekonomik değer yaratımı sağlamaya başlamışlardır. (Şekerler, 2006: 88).

1990 yıllarından itibaren Türkiye’de yapılmış olan araştırma ve çalışmalarda, girişimci kadınların çoğunlukla 30-39 yaşları arasında yoğunlaştığı görülmüş ve daha çok kent yaşayışından geldiği belirlenmiştir. (Yetim, 2002: 82). Türkiye’deki kadın girişimcilere bakıldığında genellikle evlidir ve iki çocukludur. Babasının mesleği yoğunlukla ticarettir. Anne mesleğinin ise ev hanımlığı olduğu görülmüştür. Ücretle çalışıyor olan kadınlara oranla evlilik, girişimci kadınların çalışmalarında daha az engel teşkil etmektedir. (Karakoç ve Kolaşın, 2008: 1). Çünkü ücretli çalışan bir kadın mesai saatleri, patron baskısı, izin alma zorlukları gibi nedenlerle ihtiyaç duyulduğunda evlilik sorumluluğunu yerine getirmek konusunda kısıtlanabilmekte

oysa girişimci kadınlar kendi işlerini yapmalarıyla birlikte, patron etkisini ortadan kaldırmakta ve daha esnek saatlerde çalışma olanağı bulabilmektedir. Tabii bu durum girişimci kadınların işlerini yeterli sorumlulukla yapmalarını engellemekten ziyade, başarıma isteği ile de daha fazla verim gösterebilmelerini sağlamaktadır. Türkiye’de kendi işini yapan girişimci kadınların çocuk sahibi olduklarında işlerine ara verme süresinin ücretli çalışanlara göre daha kısa olduğu görülmüştür. Bu sürenin kısa olması, kadın girişimcilerin bu alanda kalışlarında ısrarcı olmalarının bir göstergesidir. (Bedük, 2005: 116).

Eğitim konusunun da Türkiye’de, kadınların girişimciliğe ve iş gücüne katılım paylarını önemli oranda etkilediği görülmektedir. Türkiye’de kadınların eğitim oranları genel olarak erkeklere göre daha düşüktür. Kadınların iş hayatındaki yerine göre bakıldığında ise girişimci kadınların ortalama eğitim düzeylerinin ücretli çalışan kadınlara göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. (Karakoç ve Kolaşın, 2008: 1-2).

Çizelge 3.1.’de OECD ve Türkiye’de kadın girişimcilerin eğitim durumu oranları verilmiştir.

Çizelge 3.1. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Türkiye (%)	OECD (%)
Orta Öğretim	%79	%34
Lise	%13	%43
Üniversite	%8	%23
Kadın Girişimci Oranı	%9	%25

Kaynak: Cenk Kaan Gür, Kadın Girişimciye Garanti Yaklaşımı, I.TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Kongresi Sunumu, Ankara, 2008.

Türkiye’de bulunan girişimci kadınlarda finansman, % 58’i kişisel kaynaklar, % 26’sı eş, % 16’sı da akraba kaynaklarından bulunmaktadır. Mevcut girişimci kadınların ise % 47’si bir banka hesabına sahiptir. Ayrıca tüm gayrimenkullerin % 9 gibi bir oranının kadınların üstüne olduğu görülmektedir. Bunun için banka kredilerinde alırken teminat gösterememekteler. (Kurtsan, 2011).

Goffe ve Scase ise 1985 yılında yaptıkları çalışmalarda, dört farklı kadın girişimci tipini iki faktöre dayalı olarak tanımlamıştır. Bu iki faktörden birincisine göre kadın

girişimciler değerlendirildiğinde, bireysellik ve özgüven ilkelerini benimsemekte olan geleneksel girişimcilik eğilimindedir. İkinci faktörde ise kadın girişimcilerin erkek bireylerin astı konumunda olmayı kabullendikleri geleneksel cinsiyet rolünü barındırmaktadır. Bu iki gösterge çizelgesi içerisinde belirlenen dört farklı kadın girişimci tipi tanımlanmıştır. Bunlardan birincisi, dengeyi sağlamış olan yapı göstermekte, hem girişimcilik hedefleri doğrultusunda bir strateji çizmekte, hem de geleneksel olan cinsiyet rollerini yerine getirmeye çalışmaktadır. İki unsuru da aynı oranda getirmeye çalışarak iş ve aile görevlerini dengede tutan ve genellikle girişimini de büyütmeyi hedeflemeyen “geleneksel girişimci” tipidir. İkincisi olarak belirlenen tip ise, girişimcilik ideallerini ön planda tutmaktadır. Cinsiyet rollerinin getirmiş olduğu sorumlulukları ikinci plana atan, girişimcilik hedeflerini çok daha üstte tutan “yenilikçi girişimci” tipidir. Yenilikçi girişimci tipinde girişimini büyütme hedefinin fazla olduğu görülmektedir. Üçüncü tip kadın girişimciler, ikincinin tam aksine toplumsal cinsiyet rollerini ön planda tutmaktadır. Girişimciliğin ikinci planda kaldığı “evcimen girişimci” tipidir. Girişimini bir yan işmiş gibi görmektedir. Dördüncü olarak belirtilen kadın girişimci tipi de iş-aile dengesinden ziyade farklı idealler doğrultusunda şekillenmektedir. Temel hedefin kadınların ikinci plana itilmesini önlemek olarak görüldüğü “köktenci girişimci” tipidir. Çalışmaya devam etmekte ve girişimini ideallerine hizmet eden temel araç olarak görmektedir. (Kutunis, 2003: 61).

Kadın girişimcilere yönelik tipolojileri incelediğimizde, kaynaklarda farklı sınıflandırmalarla karşılaşmak da olasıdır. Bu sınıflandırmalar göz önünde alındığında, kadın girişimci tiplerini yedi farklı özellikte ifade etmek mümkündür. (Bruni ve Dęr, 2004: 261-262). Bu nitelikler;

Amaçsızlık: Özünde, sadece işsizliğe bir alternatif olarak ekonomik kazanç amacıyla girişimci olmayı seçmiş olan kadınları ifade etmektedir.

Başarı Odaklılık: Daha çok genç kadın girişimcilerde görülmekte, girişimciliği öylesine bir iş olarak ya da mecburiyetten ziyade uzun süreli bir kariyer olarak planlamakta olan kadınları ifade etmektedir.

Güçlü Başarı Odaklılık: Genellikle çocuk sahibi olmayan, dolayısıyla aile sorumluluğu daha az olan ve daha önce çalıştıkları işlerde çeşitli engeller nedeniyle kariyerlerine devam edememiş kadınları ifade etmektedir. Bu niteliği gösteren kadın

girişimciler, girişimci aktiviteler sonucunda profesyonel bir kariyere sahip olabilmek için kendi işlerini yapmayı tercih etmektedirler.

Dualistlik: İş hayatında tecrübe sahibi kadın tipleridir. Profesyonel kariyerlerine devam ederken bir yandan da ailesel sorumluluklarına zaman ayırabilmeyi hedeflemektedirler. Kendi işlerini yapmalarının getirdiği esnek çalışma saatleri avantajlarından faydalanmak için girişimci olmak isterler.

Gelir Odaklılık: Yoğunlukla iş hayatında kalifiye olmayan kadınlarda görülen bir özelliktir. Ailelerine daha çok zaman ayırmanın yanında, daha iyi bir ekonomik gelir de elde etmek için veya aile hayatının dışında sosyal bir hayata da sahip olmak için daha önce yapmış oldukları işlerden ayrılarak kendi işini kuran kadınları ifade etmektedir.

Geleneksellik: Aile işletmelerinin yönetimini devralan, ailesinin kurmuş olduğu bir işletmeyi devam ettirebilmek için profesyonel kariyer olarak kendi işinde çalışmayı tercih eden kadınları ifade etmektedir.

Radikallik: Kadınlara yönelik negatif ayrımcılıklara karşı cephe almış, geleneksel girişimcilik kültürüne karşı olan ve bu amaçla kadınların çıkarlarını desteklemek için girişimciliği tercih eden kadınları ifade eder.

Kadın girişimci tipleri izelge 3.2.'de özellikleri ve girişim alanları ile verilmiştir.

Çizelge 3.2. Kadın Girişimci Tipleri

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

Kaynak: Goffe ve Scase ‘den Akt: Kutanis, 2006’ dan uyarlanmıştır.

Kadın girişimcilere genel olarak bakıldığında, bir kadın girişimcinin genellikle, orta sınıfa mensup ailelerin ilk çocukları olduğu görülmektedir. Girişimciliğe ilk başlaması hizmet sektörlerinde, kendi çocuklarını büyüttükten sonra, 35 yaşlarında olmuştur. Bu kadın girişimcilerde çoğunlukla teknik eğitim alınmadığı görülmektedir. Fakat teknik eğitim gerektirmeyen işlerde deneyime sahiplerdir ve genellikle etkili iletişim kurabilmekte, uzun dönemli planlar yapabilmektedirler. (Şekerler, 2006: 110). Kadınlarda girişimci olmaya karar vermenin temel nedeni olarak, genellikle iş ve aile yaşamı arasındaki dengeyi sağlayabilme çabası görülmektedir. (DeMartino ve Barbato, 2003: 816). Kadın girişimcilerde kendi işletmelerini kuranlar, daha esnek zaman planlamaları, işin sürekliliği veya yaşam biçimlerini yansıtıyor olduğunu düşünmelerinden dolayı, girişimci olmayı tercih

etmekte, daha az kârlı olsa dahi girişimci olmaya yönelmektedirler. (DeMartino ve Barbato, 2003: 818).

1980 yılından itibaren dünya genelinde, farklı düşünsel kuramların ilgi odağı haline gelmiş olan kadın girişimciliği, dolayısıyla literatürde farklı tanımlamalarla yer bulmuştur. (Yetim, 2002:81; Tüsiad,2002:3). Yapılan bu tanımlamalar arasında daha önce bahsedildiği gibi: “Geleneksel Girişimci”, “Yenilikçi Girişimci”, “Evcimen Girişimci” ve “Köktenci Girişimci” tipleri sıralanmaktadır. (Goffe ve Scase,1992:45; Hancı, 2004:37;Şekerler,2006:109). Bu kavramlar üzerinde örneklemelerle açıklamalar yapalım.

“Geleneksel Girişimci” girişimcilik ideallerinin yanında geleneksel ve toplumsal cinsiyet rollerinin sorumluluklarını yerine getiren ve hem girişimine hem de aile sorumluluğuna aynı ölçüde önem gösteren, iş ve aile görevini dengeleyebilen, genellikle girişimini fazla büyütmeyi hedeflemeyen kişilerdir. Yoğunlukla hizmet sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Örnek olarak kuaför hizmetleri, yemek salonları, güzellik ve bakım merkezleri gibi işletmelere sahip olan kadın girişimciler gösterilebilir.

“Yenilikçi Girişimci” toplumsal cinsiyet rollerini ikinci plana atmış, girişimcilik hedeflerini ön planda tutan ve genellikle işletmesinin büyümesini hedefleyen kişilerdir. Yoğunlukla hizmet sektöründe faaliyet göstermekte ancak geleneksel girişimciden farklı olarak el emeğinden ziyade, bilgi özellikli alanlarda görülmektedir. Örnek olarak pazar araştırmacılığı, reklam ajansı hizmetleri, halka ilişkilere yönelik hizmetler veren işletmelere sahip kadın girişimciler gösterilebilir.

“Evcimen Girişimci” toplumsal cinsiyet rollerini girişimcilik hedeflerinin çok üstünde tutmakta olan ve genellikle girişimciliği ek gelir kaynağı, yan bir uğraşymış gibi görmekte olan kişilerdir. Örnek olarak da sipariş üzerine işler yaparak çalışan kadın girişimciler gösterilebilir.

“Köktenci Girişimci” kadınların toplumda ikinci plana itilmelerine karşı bir algı yaratmak amacıyla iş ve aile dengesinden bağımsız olarak girişimlerini gerçekleştiren, işlerini de bu amaçlarına hizmet eden bir araç olarak görmekte olan kişilerdir. Genellikle ticaret alanında faaliyet göstermekte, eğitim ve teknik bilgilerine yönelik sektörlerde de varlık gösterebilmektedirler. Örnek olarak

perakende satış hizmeti veren işletmeler, eğitim kurumları, çocuk yuvaları gibi küçük ölçekli işletmeleri olan girişimciler gösterilebilir. (Özen Kutanis, 2003; Hancı, 2004: 37).

Diğer bir tanımlamada ise, “fırsatçı” ve “zanaatkâr donanımlı” kadın girişimci tipleri şöyle sıralanabilir. (Norris ve Dğr, 2000: 411; Gartner,1985: 703).

“Fırsatçı Kadın Girişimciler” yüksek eğitilmiş ancak teknik eğitim sahibi olmayan, çeşitli iş tecrübelerine sahip, sosyal ilgileri yüksek düzeyde olan, iletişim yetenekleri etkili, uzun dönemli planlamalar yapabilen kadın girişimci tipidir.

“Zanaat Donanımlı Kadın Girişimler” genellikle teknik eğitim almış, aldığı eğitime yönelik iş deneyimlerine sahip ve uzun dönemli planlar yapabilmekten ziyade yakın dönemli bakabilen veya işletmesini büyütmek için somut planlar oluşturmayan kadın girişimci tipleridir. (Çelebi, 1997: 45; Hancı, 2004: 25).

Girişimci özellikleri, geleneksel ve toplumsal birtakım yapıların farklılıkları oranında birbirlerinden de farklılaşabilmektedir. Bunun sebebi toplumun sosyal ve kültürel değerlerinden girişimcilerin de büyük oranda etkilenmeleri, girişimlerini toplumsal tutum ve davranışlardan etkilenerek gerçekleştirmeleri, kendi özgün fikirlerini topluma göre yönlendirmeleridir. (Şimşek, 2008: 130). Tabii ki bunlardan dolayı toplumsal kültür ülkedeki girişimcilik düzeyini belirlemede, bu anlamda önemli bir unsur olduğu görülmektedir. (Döm, 2012: 39). Daha önce de değindiğimiz girişimcilik ve kültür kavramları arasındaki etkileşimde, girişimcilik kültürü kavramı doğmaktadır. Girişimcilik kültürünün oluşmasıyla iş imkânı beklemeyen kendileri için iş yatabilecek, ayrıca bu işte başkalarına da istihdam sağlayabilecek nesiller yetişecek, girişimciler yeni bir statü kazanacak ve girişimciliğin hak ettiği önem artacaktır. (Soydan, 2011: 11).

Toplumsal kültürün girişimciliği etkilemesi yanında bazı demografik özellikler de girişimciliği etkilemektedirler. Ülkenin nüfus oranı, nüfusun genç veya yaşlı olma oranı, aile faktörü, ailenin genişliği, din tercihi ve iş hayatına yönelik toplumsal etik tutumlar örnek verilebilmektedir. Söz konusu olan cinsiyet olduğunda ise demografik olarak bir çok ülkede ülke nüfusunun yarısını oluşturmakta olan kadınlar üzerinde yapılan ayrımcılık tutumları olup olmadığı önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir ülkede cinsiyet konusunda ayrımcılığın olması o ülkede

ülke nüfusunun yarısına ait potansiyelin kullanılmaması, göz ardı edilmesi demektir. Yasal açıdan birçok ülkede kadın ve erkek eşitliğine dair çabalar görülmesine karşın, özellikle iş dünyasında kadın işgücüne yönelik ayrımcı uygulamalar görülmekte ve genellikle de kadın işgücü sömürülmekte, yoğun olarak emek kullanılan sektörlerde, emeğe yönelik işlerde istihdam edilmektedir. (Döm, 2012: 40).

1983'de Ülgener yaptığı çalışmalarda batılı girişimciler ile Türk girişimcilerini tavır ve davranışları bakımından karşılaştırmış, aradaki farklılıkları ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda Türk girişimcileri, batılı girişimcilere göre daha kaprisli, daha kararsız, daha hızlı kâr beklentisi olan özellik göstermiştir. Ayrıca sermaye piyasaları ile yüzeysel ilişkisi bulunan, mal varlıklarının önemli bölümünü gayri menkulde değerlendiren veya altın gibi genel yatırım yöntemlerini kullanarak mal varlığını kontrol etmeye çalışan bir girişimci tipi olarak belirtilmektedir. Bu sonuçlar kültürel özelliklerin kısa dönem odaklı bir toplumsal yapının etkisiyle şekillendiği yönünde açıklanmaktadır. Tüm bu değerlendirmeler, toplumların kendilerine ait sosyal ve kültürel yapı bağlamında ele alınması ve bu bağlamda çözümlenmeye çalışılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bunlara göre yorumlandığında, Türk girişimci tiplerinin tarihsel süreç içinde batılı girişimci tiplerinden epeyce farklı bir profili olduğu ifade edilebilir. (Şimşek, 2008: 130).

Amerikan ve Asya toplumları arasında yapılmış olan araştırmalardaki toplumsal ve kültürel yapılara göre kadın girişimcilerin profilleri değerlendirildiğinde, Türkiye'de kadın girişimcilere yönelik çıkarımlar aşağıdaki şekilde ifade edilebilir. (Döm, 2012:41-43)

- Ortaklaşa toplum yapısındaki bir ülkede yetişen Türk kadınlarının bireyci toplumlarda yetişen kadınlara göre girişimcilik seviyelerinin daha düşük özellik gösterdiği,
- Türk toplumundaki belirsizlikten uzak durma yapısının yüksek oluşu nedeniyle daha az risk alabilme özelliği gösterdiği ve çevresi tarafından daha az desteklendiği,
- Türk toplum yapısındaki eşitsizliklerden dolayı daha fazla zorlukla karşılaştığı,

- Yine Türk toplum yapısındaki kısa vadede hızlı sonuç beklentisinden dolayı daha sabırsız ve aceleci özellik gösterdiği ve buna bağlı olarak hata yapma olasılığının yüksek oluşu.

3.2.2. Erkek girişimci tipleri

Erkek girişimci tipleri, kadın girişimci tiplerinde olduğu gibi özel olarak çalışılan bir alan olmamıştır. Girişimciliğin erkeğe atfedilmesi genel olarak belirlenen girişimci tipleri erkek girişimciliği kavramını da tamamlamıştır. Erkek girişimci tipleri, girişimcilik literatüründe klasik girişimci tipleri olarak belirtilmektedir. Buttner ve Benson tarafından yapılan tipoloji sınıflandırması pek çok girişimci tipinin mevcut olmasına rağmen daha yaygın olarak kabul edilen sınıflandırmadır. Buttner ve Benson yaptıkları çalışmada 9 farklı tipoloji belirlemiş, diğer çalışmalarda belirlenmiş 44 farklı girişimci tipini bu 9 farklı tip içinde toplamıştır. Bu girişimci tiplerine ait genel özellikleri belirlemişlerdir. (Buttner ve Benson, 1988: 252). Bu özelliklere göz atacak olursak;

Lider girişimcilik: Liderlik kabiliyeti ve kendine güveni olan, diğer insanlara ilham verebilen, koşulların zorlaştığı durumlarda birlikte çalıştığı insanları motive edebilen, ikna yeteneği yüksek girişimci tipidir. Diğer yandan yapılan birçok çalışmada da liderlik becerilerinin girişimci kişilik ile arasında yakın bağlantılar olduğu görülmüştür. (Griffin, 2005: 52)

Özerk girişimcilik: Özgüveni yüksek, genellikle özgürlük istedikleri için girişimci olmayı tercih eden bireylerin oluşturduğu girişimci tipleridir. Son zamanlarda yapılan çalışmalar göstermiştir ki, özerklik kadın girişimcilerin niteliklerinde daha yoğun görülmektedir. (Hisrich ve Peters, 2002:76; Şekerler, 2006:123).

Risk alma eğilimli girişimcilik: Risk alma özelliği girişimciliğin temel gerekliliklerinden biridir. Risk alma eğilimli girişimci tipinde bu özellik yüksek oranda kendini göstermekte, çok belirsiz ortamlarda dahi karar almaktan keyif alan bir kişilik özelliği görülmektedir. Aldığı bu kararları da riskli şekilde uygulama sürecine giren, aldığı riskler sonucu başarılar sağlamış ve sürekli riske ihtiyaç duyarak belirsizlik hallerinde karar almak isteyen girişimci tipleridir. Her ne kadar bu tipolojiye sahip girişimcilerde daha baskın ve yoğun görülsede girişimciliğin temel direklerinden birini de risk alma niteliği oluşturmaktadır. (White ve Dğr, 2006:27; Carsrud ve Brannback, 2007:7)

Değişikliğe hazır girişimcilik: Yine girişimciliğin temellerinden biri olan yenilikçilik özelliği görülmekte ancak burada da gereklilikten daha yoğun bir inovatif düşünce özelliği izlenmektedir. Rutin işlerden sıkılma yapısına sahip bu girişimci tipi, yaptığı işte sürekli değişiklikler ve yenilikler beklemektedir. Yenilikler ise zor olmasına karşın daha pozitif karşılanmakta, yeniliğe bu denli açıklık ile de başarılı bir girişimci olmayı sağlamaktadır. Girişimlerinde yenilikçiliğe konsantre olarak başarı sağladığı görülmektedir. (Chen ve Dğr, 1998:300; Krueger, 1999).

Israrcı girişimcilik: Yoğunlukla erkek girişimcilerde görülen bu özellik sürekli çaba göstermeye hazır olan bir girişimci tipidir. Yüksek enerjiye sahip, kolay pes etmeyen ve ısrarcı özellik göstermektedir. Yaptıkları işlerde ısrarla sonuca giderek başarı sağlamaktadırlar. (Hisrich ve Peters, 2002:76).

Duygusal yoksun girişimcilik: Erkek egemen toplumlarda, genellikle erkeklerde görülen bir özelliktir. Toplumsal cinsiyet yapısından kaynaklanan duygusal olmama rolü, bir girişimcilik tipi olarak da görülmektedir. Bu özelliğe sahip girişimciler, başkalarının duygularını önemsemeyen, farkında olmayan, duygularıyla hareket etmeyen ve merhamet duygusu da bulunmayan girişimci tipleridir. Duygusal faktörlerden etkilenmeyerek başarı göstermektedirler.

Bireysel girişimcilik: Bireysel başarı göstermekte olan bu girişimci tipi ketum olarak da nitelendirilmektedir. Başka birinden destek görmeye ihtiyaç duymayan, başkalarına işleri ile ilgili sırlarından bahsetmeyen girişimci tipidir. Diğer girişimciler ile fikir alışverişi yapmaktan uzak olan bu tip girişimciler genellikle işlerini kendi başlarına halletmektedirler.

Düşük uyumlu girişimcilik: Genellikle kendi fikirlerini uygulayan kalabalıklardan rahatsız olan, kendi düşünceleri çerçevesinde işlerini kurmuş ve kendi stratejilerine sadık girişimci tipidir. Bu girişimciler kalabalıktan rahatsızdır ancak bunun sebebi başka fikirlere ihtiyaç duymamaktan ziyade farklı düşüncelerden çabuk etkilenmeleri ve bundan kaçınmaya çalışmalarıdır.

İkna edici girişimcilik: Çevresindekileri kolaylıkla etki altına alabilen hatta zaman zaman kendi çıkarlarına yönelik olarak başka insanları manipüle eden, ikna yeteneği yüksek girişimci tipidir. Diğer yandan bu ikna kabiliyeti yatırımcıları veya başka girişimcileri ikna edebilmek açısından girişimciliğin önemli bir özelliğini taşımakta

bu sayede başarı da yakalanabilmektedir. (Brush, 2008:25; Gundry ve Welsch, 2001:456).

3.2.3. Kadın ve erkek girişimci tipleri arasındaki farklar

Kadın girişimcilerde ve erkek girişimcilerde temel motivasyonları, girişimci olmalarının nedenleri bir başka ifadeyle onları girişimcilik yapmaya iten temel nedenler ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda bazı genellemeler yapmak da mümkün olabilmektedir. Fakat tekrar belirtmek gerekir ki girişimcilik Türkiye gibi ataerkil toplumlarda erkeklere ait görülmüş bir özelliktir. Bundan dolayı girişimcilik kavramına dair yapılan araştırmalarda, erkek girişimci düşüncelerinin çok daha baskılı bir şekilde belirtildiği gözlemlenmektedir. Bunun temel nedeni ise daha önce de bahsedildiği gibi Türkiye’de kendilerine ait işleri kuran ve faaliyete geçen bireylerin genellikle erkek olmalarıdır. Kadınların girişimcilik alanında yerlerini almaları nazaran çok daha yenidir. (Karateke, 2006: 42; Şekerler, 2006: 113-114; Kutanis ve Alpaslan, 2006: 141).

1998’de Hicrich ve Peters tarafından yapılan bir çalışmada kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklar Çizelge 3.3. de gösterilmiştir.

Çizelge 3.3. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Farkları

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

Kaynak: Hicrich ve Peters (1998)'den Akt: İpçioğlu, 2011: 100

Bütün bu özelliklere ve farklılıklara bakıldığında, girişimciliği betimleyen sosyal ve kültürel değerler ile ilgili olan özelliklerin diğer değerlere göre daha da ön plana çıkmakta olduğu görülmüştür. Bunun bir sonucu olarak, kadın girişimciliğinde, sosyal uyumu koruma, iyi ilişkiler kurma, sosyal prestij, onur, toplumsal onay ve yakın çevre desteği gibi özelliklerin daha önemli olduğu ifade edilebilir. (Yetim, 2008: 85).

Erkek girişimcilerin kendi geleceklerini kontrolleri altına alma güdüsüyle hareket etmekte olduğu görülmektedir. Çoğunlukla çalıştıkları işlerde patron veya yöneticileriyle anlaşamadıkları ya da bir işi kendilerinin çok daha iyi yönetebileceklerine dair özgüvenleri nedeniyle kendi işletmelerini açmaktadırlar. (Hancı,2004:20; Şekerler,2006:113). Kadın girişimcilerde ise özgür olma, başarıma güdüsü, mesleklerinde ilerleme, iş hayatlarında yaşadıkları hayal kırıklığı gibi nedenler ön plana çıkmakta, bu nedenlerden dolayı kendi işyerlerini açmaktadırlar. (Arıkan, 2002:24; Hancı, 2004: 23).

Kadın girişimciler ve erkek girişimciler incelendiğinde kişisel özellikleri dikkate alınarak her iki cinsiyetin de birbirine benzer özellikler gösterdiği belirlenmiştir. Bu özellikler arasında; dinamiklik, bağımsızlık, özgüvenli olma, rekabetçilik ve amaç yönelimli olma bulunmaktadır. (Yetim, 2002: 81; Şekerler, 2006: 113).

Kadın ve erkek girişimcilerin kişisel özellikleri açısından farklılıklar incelendiğinde ise erkek girişimcilerin, çok daha fazla özgüven sahibi, esneklikleri daha az ve daha az toleranslı oldukları gözlemlenmiştir. Kadın girişimcilerin ise, çok daha pozitif, daha esnek ve şartlara daha da iyi uyum sağlayabilen kişilik özellikleri taşıdıkları görülmüştür.

Genel görüşe göre, kadın ve erkek girişimciler arasındaki temel fark olarak, kadın girişimcilerin, yapmış oldukları girişimlerde kişisel beklentilerini ön planda tutması, erkek girişimcilerin ise daha yoğun olarak ekonomik beklentilerini ön planda bulundurmasıdır. (Kutunis ve Alpaslan, 2006: 144).

Hisrich tarafından yapılan bir araştırma, kadın girişimciler ile erkek girişimciler arasındaki farklılıkları ortaya koymaktadır ve bu açıdan dünyada kabul görmüş araştırmalardan biridir. Bu araştırma kadın ve erkek girişimcilerin girişimde bulunma nedenlerini, destekleyen motivasyonlarını, girişim türlerini, yatırım kaynaklarını,

mesleki geçmiş ve deneyimlerini, destekleyici gruplarını ve kişisel özelliklerini, sınıflandırmaktadır.

Bu çalışma sonucuna göre, kadın girişimciler için bir amaca yönelme, tek başına fiili olarak ekonomik hayatta var olma ve özgür olma arzusu girişimci olmaya motivasyon sağlarken, erkekleri girişimci olmaya motive eden faktör, ekonomik olarak bir değer yaratma ve kendini gerçekleştirme olarak belirlenmiştir.

Aynı çalışmanın sonucunda girişimde bulunma nedeni incelenmiştir. Erkeklerin girişimci olma nedenleri, daha çok mevcut işten hoşnutsuzluk, işten çıkarılma ve kişisel koşullardaki değişiklikler olarak görülmektedir. Kadın girişimcilerde ise girişimci olma nedenleri, çalıştıkları işten soğuma, engellemeler hissetme ve başka bir alana yoğunlaşan ilgi nedeniyle işini değiştirme olarak sıralanabilmektedir.

DeMartino ve Barbato tarafından da, Hisrich'in yaptığı çalışmaya benzer bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışma kadın ve erkeklerin neden girişimci olduklarını sorgulamıştır. Bu çalışmada beş faktör kullanılmış, verilen beş faktör arasında bir sıralama yapılması istenmiştir. Buna göre de kişileri girişimci olmaya yönlendiren faktörler cinsiyet açısından sıralanmıştır. (DeMartino ve Barbato, 2002: 824).

Yapılan bu çalışmaya göre kadınları girişimci olmaya yönlendiren bu beş faktör sıralandığında; esnek çalışma koşulları, aile ile daha fazla ilgilenebilme, aile ile ilgilenme zorunluluğu, profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek ve servet yaratmak olurken, erkek girişimcilerde bu sıralama tam ters şekilde oluşmaktadır. Erkekleri girişimci olmaya yönlendiren faktörler sıralandığında; servet yaratmak, profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek, aile ile ilgilenme zorunluluğu, aile ile daha fazla ilgilenebilmek ve esnek çalışma koşulları şeklinde bir öncelik görülmüştür.

Girişimcilikte elbette ki farklı cinsiyetlere sahip girişimcilerde kişisel özellikler de farklı olmaktadır. Erkek girişimcilerin kişisel özellikleri; kararlı, özgüven sahibi, inançlı, idealist, hedef yönelimli, hevesli, yenilikçi ve enerjik yapı olarak ifade edilebilir. Ayrıca erkek girişimcilerin en büyük motivasyon kaynağı kendi kendilerinin patronu olmak istemeleridir ve bu yönde büyük bir çaba göstermektedirler. Kadın girişimcilerin kişisel özellikleri ise; yaratıcı, toleranslı,

özgüven sahibi, gerçekçi, hevesli, enerjik yapı ve çevre şartları ile mücadele edebilen olarak sıralanabilir.

Hisrich'in çalışmalarındaki sonuçlara bakıldığında, kadınların kendi işinin patronu olma açısından karakter geliştirmedikleri ortaya kinsa dahi yapılan çalışmaların çoğunda kadınların pek çok nedenden dolayı kendi işlerini kurmak ve dolayısıyla kendi işlerinin patronu olma isteğinde ve motivasyonunda olduklarını göstermektedir. (Başol, 2010).

Kadın girişimciler ile erkek girişimcileri birbirinden ayıran özelliklere bakıldığında ortaya çıkan faktörler, özellikle farklı cinsiyetlerin toplum kültüründe üstlendikleri roller, insan hayatı evrelerinde ihtiyaçların değişmesi faktörleri veya gelenek ve görenekler gibi faktörlerdir. Dikkat çeken temel ayrımlardan bir diğeri ise erkek girişimcilerin girişimciliğe yönelme nedenlerini ekonomik beklentiler beslemekte, kadın girişimcilerin girişimciliğe yönelme ise kişisel beklentiler olarak görülmektedir. Buradan çıkarım yapılarak, kadın girişimcilerde erkek girişimcilere nazaran daha fazla sosyal destek ihtiyacı olduğu belirtilmiştir. (Kutunis, 2003: 60). Diğer taraftan kadın girişimciler girişimlerine başlama aşamasında beklentilerini düşük tutmakta, kuruluş aşamalarında ve işe başlama dönemlerinde yüksek beklenti içinde olmayarak tatmin hissine sahip olabilmekte ve hayal kırıklığına uğramamaktadırlar. (Kutunis ve Alparslan, 2006: 144).

Yine kadın ve erkek girişimciler incelendiğinde, kadın girişimcilerin ortalama yaşlarından yola çıkılarak girişimcilik potansiyelini 35 - 45 yaş aralığında sağladığı, erkek girişimcilerde ise bu yaş aralığının daha erken başladığı 25 - 35 yaş arasında potansiyelini kazandığı ifade edilmektedir. (Yetim, 2008). 2003 yılında Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme Programı kapsamında yapılan bir çalışmada ise erkek girişimciler ve kadın girişimciler için ortak bir saptama yapılmış, bu ortak oranda girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun görüldüğü yaş grubu 25 - 34 yaş olarak belirlenmiştir. İkinci olarak 35 - 44 ve üçüncü olarak 19 - 24 yaş aralığının yoğun olduğu görülmüştür. Girişimcilik düzeylerinin en düşük olduğu yaş grubu, 55 yaş ve üzeridir. (Minniti ve Arenus, 2003:5). Bu araştırmanın diğer bulgularında, erkeklerde yeni işe başlama konusunda, kadınlara oranla %50 daha şanslı oldukları belirlenmiştir: Bahsedilen bu yeni bir işe başlama oranları erkeler bireylerde % 13,9 oranında görülmüş kadın bireylerde ise % 8,9 olarak belirlenmiştir. Yeni bir işin

girişim sürecinde mevcut işten kaynaklı finansal sermayeye sahip ancak üç aydan daha fazla ücretlendirme yapmayan firmalar gelişen firmalar olarak tanımlanmaktadır. Kırk iki aydan daha kısa bir süredir mevcut olan, ücretlendirmeyi ise üç aydan daha uzun süre yapabilen firmalar yeni firmalar olarak tanımlanır. Fırsatları değerlendiren ve alternatifler içinde girişimciliği seçen firmalar ise fırsatçı girişimci olarak adlandırılmaktadır. Aynı veriler erkek % 9,3'ünün fırsatçı girişimci olduğu, kadın bireylerin ise sadece % 4,9'unun fırsatçı girişimci olarak nitelendirilebildiğini göstermektedir. Bu oran girişimcilikte kadın ve erkek sayısının keskin olarak değiştiğini ortaya koymaktadır.

Erkek girişimcilerin ilk girişimlerini çoğunlukla inşaat veya imalat sektörlerinde yapmalarına karşılık, kadın girişimcilerin yoğunlukla hizmet sektöründe veya eğitim, sağlık, halkla ilişkiler, danışmanlık gibi alanlarda ilk işletmelerini kurdukları görülmüştür. (Delmar, 2003:14). Toplumsal cinsiyet rolleri göz önüne alındığında, kadına özgü işler ve erkeğe özgü işler olarak tanımlanabilen ayrılaşmalar olduğu görülmektedir. (Yetim, 2008). Girişimci kadınların yoğunlukla, işe başlama kolaylığı ve finansal sermaye gerekliliğinin az olması ve deneyim gerektirmemesi gibi sebeplerle, Turizm, hazır giyim, gıda, temizlik ve sağlık gibi alanlarda yoğunlaştıkları söylenebilmektedir. (Nayırlı, 2008: 634; Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 488). Kadınların yoğunlaştıkları bu sektörlerde iş ile ilgili faaliyetler, ailesi için de gereken zamanı sağlayabilmekte, aradaki dengeyi sağlayabilme olanağı sunmaktadır. (Schindehutte ve Dğr, 2003: 95). Toplumsal olarak erkek işi diye nitelendirilen imalat sektöründe ise kadın girişimci oranının oldukça düşük kalmaktadır. Bu sektörde faaliyet gösteren kadınlar genellikle erkek ortaklarla birlikte çalışmaktadırlar.

Ronstandt kadın ve erkek girişimcilerin ayrımına değişik bir açıdan bakmaktadır. Kadın ve erkek girişimcileri kişisel güdülerine bağlı olarak sınıflamayı uygun görmemektedir. Çünkü Ronstandt'a göre asıl ayrım girişimci olan kişiler ile girişimci olmayan kişiler arasında görülmektedir.

Cooper ve Artz tarafından yapılan bir çalışmada ise yine farklı bir sonuç ortaya konmuş, kişilik farkının yönetici ve girişimci kadınlar arasında olduğu vurgulanmıştır. Bu araştırmaya göre kadın girişimciler, finansal güvenliklerini sağlayabilmekte, buna karşın, aile ve iş arasındaki dengeyi sağlayamadıkları düşünülmekte, yönetici kadınlar hem finansal güvenliklerini sağlayabilmekte hem de

aile ve iş arasındaki dengeyi sağlayabilmektedir. Daha önceki açıklamalarda bunun tam aksine bir beklenti içinde kadınların girişimciliğe yöneldiği görülmüş ancak bu çalışma sonucu aksi yönde fikir oluşturmuştur. (Cooper ve Artz, 1995: 440-441).

3.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Olumsuz Etkiler

Kadınlar sadece girişimcilik alanında değil genel olarak da toplumda bir takım sorunlarla karşılaşabilmektedir. Bu toplumsal sorunlar doğal olarak girişimcilikteki süreçlerini de etkilemektedir. Türkiye’de kadınlar, hem genel süreçte hem de girişimcilik alanında çeşitli sorunlarla karşı karşıya gelmektedir. Kadınlar, girişimciliklerinde erkeklerden farklı olarak bazı sorunlar yaşayabilmektedirler. Karşılaşılan bu sorunları mikro ve makro olarak değerlendirecek olursak, mikro sorunlar; ticari ve yönetsel deneyim eksikliği, güvensizlik, rol çatışmaları ve cinsiyet ayrımcılığıdır. Makro sorunlar ise; mesleki eğitim ve beceri, sermaye temin etmedeki zorluklar, kredi bulma zorlukları ve örgütlen süreçleridir. (Tunçsiper, Karaköy ve Kafa 2008:58).

Gelişmiş ya da gelişmekte olan ekonomilerde temel yapı taşı oluşturulan önemli öğelerden biri girişimciliktir. Bu toplumlarda kadın girişimciliğin geliştirilmesi yalnızca ekonomik değer yaratmak veya yoksulluğu önlemek ile sınırlı tutulmamalıdır. Gelecekte de varlığını sürdürmek isteyen toplumların ihtiyaçlarının karşılanması gerçeğini de beraberinde getirebilmektedir. (İlter, 2008: 57). Bu gerçekliği sağlamanın temel yolu da toplumun yarısını oluşturan kadınların ekonomik hayata kazandırılmasıdır. Ülkemizde kadınların bir girişimci olarak ekonomik değer oluşturması sıklıkla rastlanan bir durum değildir. Bunun temel nedenleri ise kadın girişimcilerin yeterli kadar finansman desteği bulunmaması, kadınların toplumsal rolleri ve bazı bürokratik engeller olarak sıralanabilmektedir.

Ekonomi alanında faaliyet gösteren araştırmacıların çoğuna göre, ekonomide geçerli satın alma aracı özelliği taşıyan paranın cinsiyeti yoktur. Bu inanışla beraber kadınlar da en az erkekler kadar girişimci olma hakkına sahip olmaktadır. Ekonomideki temel süreç ile ilgili olarak ekonomik canlanmanın gerçekleşebilmesi için yeni işletmeler kurulmalı ve bu yeni işletmeler ile insanlara yeni istihdam alanları sağlanmalıdır. Diğer yandan kurulan bu işletmeler yeni bir iş alanında faaliyet göstermekte, yeni bir arz oluşturmakta ve bu arza yönelik talebi karşılamakta, yenilikçilik özelliği gösterebilmekte ise dünya pazarında da kendisine önemli bir yer bulabilmektedir.

(Şahin, 2006:63). Elbette ki bu değerlerin ait olduğu bir cinsiyetten söz edilemez. Dolayısıyla girişimciler kadın veya erkek olarak ayrılmaksızın da temel sorunlarla karşı karşıya gelmektedir. Ancak toplumsal kültür, gelenek ve görenekler gibi etmenler ile kadın girişimciliği üzerinde bazı ek kısıtlamalar olduğu görülmektedir. (Şekerler 2006: 121).

Ülkemizde kadın girişimciler erkekler ile kıyaslandığında, teminat olarak gösterebilecek mal varlıklarının çok daha az olması, eğitim düzeylerindeki fark ve iş piyasasına yönelik deneyimlerinin çok daha az olması nedeniyle zorluklar yaşamakta, hızla değişen ekonomik şartlarla baş etmede erkeklere oranla daha verimsiz olabilmektedirler. (Özar, 2005: 8).

Kadın girişimcilerin genel olarak karşılaştıkları sorunlar, neşehir’de 2001’de Çelik ve Özdevecioğlu’nun bir araştırmada şöyle belirlenmiştir; kültürel rol çatışmaları, güvensizlikler, cinsel beklentiler, deneyim eksikliği, kadına yönelik geleneksel baskı, kadının başarısız olması beklentisi ve ortak bulmakta yaşadıkları güçlükler. (Soysal, 2010:91).

Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları engeller, yapılan bir başka çalışmada incelenmiştir. Çalışma verilerine göre, kadınların % 30’u toplumda kadına yönelik değer yargılarını engel olarak görmüş, % 23’ü bilgi ve tecrübe eksikliğini, % 20’si rakipleri, % 16’sı finansal sermaye bulmadaki zorluğu, % 11’i ise bürokratik ve yasal süreçleri engel olarak ifade etmiştir. (Soysal, 2010:97).

Türkiye’de birbirinden farklı ikili sosyo-kültürel yapı gözlemlenmektedir. İstanbul, Ankara, gibi büyük şehirlerde daha modern bir topluluk vardır ve geleneksellikten uzaklaşmaktadır. Oysa özellikle gelişmekte olan birçok doğu ilinde daha geleneksel bir topluluk yapısı görülebilmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak da erkek ve kadın girişimciliğinin kısıtlamalarının yanında, kültürel kısıtlamalar da eklenebilmektedir. (Şekerler, 2006: 121).

Türkiye’deki bu ikili bir sosyal ve kültürel yapı bazı sonuçları da beraberinde getirmektedir. (Hancı, 2004: 42; Şekerler, 2006: 120; TÜSİAD, 2002: 173). İstanbul, Ankara gibi büyük şehirler, Ege ve Akdeniz kıyı bölgelerinde kadının iş hayatına balamasına teşvik eden daha modern bir yönelim varken, Doğu illerinde, genellikle küçük kasabalarda ve banliyölerde çok daha geleneksel yönelimler gözlemlenmekte,

kadınlar iş hayatına atılabilmek için çevresinden teşvik bulamamaktadır. Bu durum kadın girişimciler için hem farklı olanaklar sağlamakta, hem de kısıtlamalar getirmektedir. Bu kısıtlamalar; eğitim, aile tepkileri, kadınların toplumsal rolü, aile tepkileri, iş yükü, aile içindeki güç ilişkileri olarak ifade edilebilmektedir. Bu kısıtlamaları inceleyelim.

Eğitim: Türkiye’de kadınlar, erkeklere kıyasla çok daha az örgün eğitim almaktadır. Bu da iş piyasalarında, rekabet açısından güçlüklerle karşılaşmalarına sebep olmaktadır. Yine ülkemizde kadınlara yönelik mesleki eğitimler geleneksel toplum özelliklerine göre ve cinsiyete bağlı rolleri destekleyecek özellik göstermektedirler. (Gürol, 2000: 241).

Kadınların Toplumsal Rolünün Algılanışı: Türkiye’de 1923 yılıyla birlikte kadınlar birçok hak ve özgürlüğünü resmi olarak kazanmaya başlamıştır. Eğitim, istihdam, siyaset gibi alanlarda tüm olanaklara sahip olmuş erkekler ile eşit haklar kazanmıştır. Ancak resmi olarak kazanmış olduğu bu haklara rağmen, toplumda kültürel değerler, gelenek ve görenekler kadının toplumsal rolünde belirleyici olmuş, toplumsal cinsiyet rolleri ve buna bağlı aile sorumlulukları, iş bölümü oluşmuştur.

Resmi haklar yanında yaşanan toplumsal cinsiyet rolleri kadının bazı özgürlüklere kavuşmasını sağlamış ancak temel rol sorumluluğundan kurtarmamıştır. Kadın ev dışında çalışabilmiş ancak bu bir beklenti olmamıştır. Ev dışında çalışmasına izin verilmesinin şartı ise aile ve ev idaresi sorumluluklarını yerine getirmesidir. (Hancı, 2004: 43; KSSGM, 2000; Gülcan, 2004: 66; Yüksel, 2000:104). Bu ailesel ve toplumsal davranışın sonuçları Türkiye’de kadınların sahibi oldukları küçük işletmelere de yansımıştır. Kadınların küçük işletmelerde çalışmalarına, bu alanda faaliyet gösteriyor olmalarına açıkça karşı çıkan banka ve kamu temsilcileri, Kredi ve Kefalet Kooperatifleri, kadını destekleyici programların gerekliliğini de tartışma konusu yapmışlardır. (Ecevit, 1993:13; KOSGEB, 1996:52, Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000).

İş Bağlantıları: Türk aile yapısının temel özelliklerinden biri de kadının yabancılarla özellikle de erkeklerle iletişimini hoş karşılamamakta ve bu anlamda bir baskı unsuru oluşturmaktadır. Girişimcilik yapan kadının, mali kurumlar, bankalar, alıcı ve satıcılar ile temas toplumsal olarak kısıtlanmaktadır. (Bowen ve Hiscrich, 1986: 2).

Aile tepkileri: Yapılan araştırmalarda çıkan sonuçlara göre kadın girişimcilerin % 94' eşleri tarafından desteklenmekte, ailelerinden destek görmektedir. Eşlerinin aileleri ise başlangıçta karşı ıksalarda kısa bir zaman sonra kabul etmektedirler. (Kutanis ve Bayraktaroğlu, 2002). Ancak genel olarak toplumsal kültüre bakıldığında bu oran gözlenememektedir. Kadın girişimcilerde % 94 oranında mevcut olan bu destek, tüm kadınların genel olarak destek görmesinde çok daha düşük seyretmektedir. Bu sonuç aileleri tarafından desteklenen kadınların girişimcilik süreçlerinde aktif rol almaları, destek görmeyen büyük oranın ise girişimcilikte bulunamamalarından doğmaktadır.

İş yükü: Kadın geleneksel olarak aile içinde önemli sorumluluklara sahiptir. Ev idaresi, ocuk bakımı ve yetiştirilmesi, ev işleri yükü, yemek gibi ihtiyaçların kadın tarafından hazırlanması beklentisi kadın üzerinde büyük bir iş yükü oluşmasına sebep olmaktadır. Bu iş yükünün yanında kadının aktif olarak iş hayatında yer alması ifte iş yükünü de kadının omuzlarına yüklemektedir. (KSSGM, 2000: 158; Hancı, 2004: 46, ubuku, 2005).

Aile içinde güç ilişkileri: Türk aile yapısında bekar kadınlar aile reisi olarak babalarını görmekte, evli kadınlarda da bu rol eşleri tarafından tamamlanmaktadır. Bu aile reisi kavramı doğal olarak bir g dengesi oluşturmaktadır. Kadınlara baba ve eşlerine danışmadan karar vermede zorlanmakta, gelirlerini kullanma konusunda da bu g dengesinin baskısı altında kalmaktadırlar. (Ecevit, 1990; Kümbetoğlu, 1994)

Kadınlar toplumda uzun süre erkek egemenliği altında yaşamış, ataerkil toplumsal yapı ve geleneklerle yetişmişlerdir. Bu durum toplumda erkek ve kadına farklı roller biçilmesine sebep olmuştur. Erkek birey dış işlerle ilgilenmekte, daha çok evin dış ihtiyaçlarını ve ekonomik ihtiyaçlarını karşılamakta, kadın birey ise, evin idaresi, ev işleri, çocukların bakımı ve yetiştirilmesi sorumluluklarını üstlenmektedir. (şekerler, 2006: 124). Fakat 20. yüzyıla geldiğimizde, geçmişte yaşanan savaşlar, başta sanayi olmak üzere kadınların tüm sektörlerde istihdamının artmasında önemli bir etki sağlamıştır. Savaş nedeniyle cepheye gitmek zorunda kalan askerler erkekler olmuş dolayısıyla çalışma hayatında erkeklerin yerini kadınlar doldurmuştur. Savaş döneminde özellikle savaşa yönelik endüstrilerde işçi olarak çalıştıkları gibi idari pozisyonlarda da yer bulmuşlardır. Savaş sonrasında da elde ettikleri bu istihdam

imkânını kullanmaya devam etmiş, iş dünyasındaki yerlerini korumayı başarmışlardır. (Gürol ve Marşap, 2007: 96).

Gökakın'ın çalışmış olduğu bir araştırma, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları irdelemiş, bu sorunların başında güvensizlik ve otorite sorunu geldiği sonucuna ulaşılmıştır. (Gökakın, 2000:117). Bu araştırma sonucuna göre, gerek çalışanlar, gerekse müşteriler kadın girişimcilere güvenmekte zorlanmaktadır. Kadına güveni artıran bir diğer etmen de yaş olmuş, yaşlandıkça güvenilirliğinin arttığı görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında da, kadınların girişimcilik sürecinin başlarında güven sağlayamadıkları, uzun süre çaba gösterdikten sonra güven sağlayabildikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kadın girişimciler, bilgileri ne kadar fazla olursa olsun, sözlerinin erkekler kadar değer görmediğini ifade etmişlerdir.

Güvensizlik finansal kaynak süreçlerinde de kendini göstermekte, bankalar ve finansal kuruluşların kadın girişimcilere erkekler kadar sıcak bakmadıkları ifade edilmektedir. ABD'de Gaines tarafından yapılan araştırmada da, erkek bireylerin kadınlara güvenmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. (Toksöz, 2007: 58).

Kadın girişimcilerin iş hayatında zorlandıkları diğer bir unsur ise tecrübe eksikliğidir. Çünkü girişimcilik, fırsatların tanımlanmasından kuruluşuna, işin idaresinden başarı oranına kadar tüm aşamalarında tecrübe ihtiyacı barındırmaktadır. Gerekli tecrübe ve deneyimlerin varlığının yüksek başarıyı oluşturabileceği insan sermaye teorisinde ifade edilmektedir. Yani birey, bilgi, birikim ve yeteneklerini kullanımı oranında işletme başarısına katkı sağlamaktadır. (Davidsson, 1995).

Gelişmiş ekonomilerdeki araştırmalar da, tecrübe eksikliğini kadınların girişimciliklerinde yaşadıkları engellerden biri olarak belirlemiştir. (OECD, 2004: 43). Kadın girişimcilerde bulunan tecrübe eksikliği, ortak bulma ve erkek girişimcilerle iş yapabilme olanaklarını kısıtlamakta, tecrübe eksikliği nedeniyle başarısız olacakları önyargıları ile karşılaşmaktadır.

Modern dünyada bir gereksinim olarak, nüfusun yarısını oluşturan kadınların hak alma çabası göstererek, ekonomik ve toplumsal özgürlüklerini alabilmeleri için toplumda kadına biçilen rol erkeğinkinden farklı olmamalıdır. Bu yanlış yargıyı engelleyecek en önemli unsur eğitimidir. Çok iyi bir şekilde eğitim alınarak hayata

hazır yetişmesi sağlanan kadın, potansiyelini hakları süreçlerinde de kullanabilecek, problemlerinin büyük oranda önüne geçebilecektir. (İlter 2008: 66).

1970’li yıllardan sonra ortaya çıkan cam tavanlar, kadın çalışanların üst düzey yönetici pozisyonlara atanmamasıdır. (Altman ve Shortlan, 2008: 200). Hukuk dışı olan bu uygulama, kadının aile ve iş hayatındaki ortak sorumluluğundan kaynaklanmakta, kadının her iki sorumluluğun da üstesinden gelemeyeceği düşünülmekte ve terfii engellenmektedir. Çalışan kadınların benzer şekilde yaşadığı eşitsizliklerden biri de ücretlendirmedir. Kendisi ile aynı şartları taşıyan erkek çalışan ile eşit ücret alamadığı sıklıkla görülmekte, kadın emeği bir şekilde sömürülmektedir. Benzer gelir eşitsizliği girişimcilikte de görülmektedir. Erkek girişimcinin kadın girişimciye göre işi daha hızlı ve daha doğru bitireceği algısı beraberinde kadın girişimcinin erkek girişimciden daha az kazanmasına neden olmaktadır. (Şekerler, 2006: 91). Bu tip etkiler çalışma hayatında bulunan kadın oranının % 24,5’lerde, girişimci kadın oranının da % 6,5’ler civarında olmasını açıklamaktadır. (TÜİK, 2010).

Toplumda kadın girişimciliğine yönelik tutumları değiştirmek, kolay olmayacak ve kıza zamanda çözülemeyecektir. Gerekli olan eğitimin sağlanmasıyla birlikte uzun süreçler de gerekli olacaktır. Ancak bu sürecin verimli işlemesi de önemlidir. Gerekli düzenlemelerin yapılması, toplumun çeşitli birimlerinin de bu konuda üzerine düşen görevleri yerine getirmesi gerekmektedir. Ana hatlarıyla özetlenecek olursa çeşitli meslek odalarının ve benzeri kuruluşların kadın girişimcilere destek olması (Şekerler, 2006: 127), ailede kadının sorumluluklarının paylaşılması ve iş hayatındaki faaliyetlerinin desteklenmesi, toplumsal cinsiyet algısının da eğitim ve hukuki süreçler ile düzenlenmesi ile bu uzun soluklu iyileştirme süreci verimli bir sonuca ulaşabilecektir. (Bruni ve Dğr, 2004: 262).

Kadın girişimcilerin karşılaştığı olumsuz etkiler sınıflandırılmaya çalışılırsa aşağıdaki başlıklar ön plana çıkmaktadır.

3.3.1. Eğitim düzeyinin düşük olması

Eğitim, kadınlara çalışma hayatında daha verimli bir iş ortaya koymalarını, meslek seçimleri ve kariyer planlarını yapabilmelerini sağlayacak temel etmenlerdendir. (Ayaz, 1993: 184). İş dünyasında en az erkek bireyler kadar söz hakkı olabilmelerini de sağlayan temel faktördür. Ancak günümüzde, Türkiye’deki genel duruma

bakıldığında, kadınlara sağlanan eğitim konusunda erkekler kadar bir iyileşme oluşturulamamıştır. Birleşmiş Milletler tarafından 2006 yılında yayınlanmış olan İnsani Kalkınma Raporu'na göre, kız çocuklarında toplam okullaşmanın % 63 oranında olduğu belirtilmiştir. Yayınlanan bu oran ise dünya sıralamasında Türkiye'yi 92. sıraya düşürmüştür. (Kansız ve Acuner, 2008: 14). Buradan yola çıkarak, eğitim alanında cinsiyet farklılıklarından kadınların, erkelerden çok daha fazla etkilendikleri söylenebilmektedir. Ülkemizde genellikle eril yapı bulunmakta, geleneksel toplum yapısını benimsemiş olan ailelerde, kızlarından ziyade oğullarının eğitimine önem gösterilmekte ve imkân sunulmaktadır. 1981'de Kağıtçıbaşı, eğitimin, iş sahibi olmanın ve başarının erkek çocuklardan beklendiğini özellikle vurgulamaktadır. (Gökakın, 2000: 111).

Ülkemizde özellikle kırsal kesimlerde ve Doğu illerinde, kadınların çok küçük yaşlardan itibaren ev işlerinin yanı sıra tarla ve çiftlik işlerinde konumlandırılması ve evlilik süreçlerine küçük yaşlarda başlaması, kadının eğitim imkânlarından erkekler kadar yararlanmadığını göstermektedir. Okula gitme imkânı elde eden kadınlarda ise ilköğretimden döneminden sonra okula devam edemedikleri bu anlamda çeşitli sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Kentte de eğitim imkânı açısından kız çocuğuna yeterince destek olunmadığı görülmekte, toplumsal rollerin üstlenilmesinde ekonomik gelir sağlaması gereken tarafın erkek bireyler olduğu düşünülerek kadınların eğitimine gerekli önem gösterilmemektedir. Bu durum kadınların işgücüne katılımını doğal olarak olumsuz yönde etkilemekte, girişimcilik düşüncelerinin düşük kalmasına sebep olmaktadır. (Soysal, 2010b).

3.3.2. Toplumun geleneksel inanç ve baskısı

Gelişmiş ülkelerde bile kadın ayrımcılık olgusuyla karşı karşıya bulunmaktadır. Pek çok gelişmiş ülkede hala bu olgunun tam olarak önüne geçilememiştir. Gelişmekte olan birçok ülkede de genel kanı kadının yerinin ev olduğu yönündedir. (Kocacık ve Gökkaya, 2005: 206). Eril toplum ve ataerkil yapıda kadın erkeğin izni olmadan herhangi bir girişimde bulunamamakta, baba veya koca gibi aile reisi görevini yerine getiren erkeğin izni dahilinde hareket edebilmektedir. (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 493).

Kadının yerinin ev oluşu anlayışının temellerine bakıldığında, aile içi sorumluluk ve bu sorumluluğun aksatılmaması için kadının çalışmasına karşı çıkıldığı

görülebilmektedir. Japonya’da şirketlerde yapılan bir araştırma sonucunda, kadınların ev ve ailelerine yönelik sorumluluklarının önemi görülmüş, bu sorumluluklarından kaynaklı olarak da iş hayatına girmelerine, terfilerine karşı olumsuz tutumlar sergilendiği tespit edilmiştir. (Cam, 2003). Kadının çalışmasının hoş karşılanmamasında bir diğer neden aile geçimini sağlayan erkeğin elinden rol alınmasıdır. Kadının bu görevde pay sahibi olması erkek tarafından bir tehdit olarak algılanmaktadır. (Güldal, 2006: 70). Bugün hala birçok toplumda kadının ev dışında çalışması, ekonomik katkı sağlaması olağan bir davranış olarak görülmemektedir. Bu toplumlarda kadının çalışması sadece erkek bireyler tarafından değil hemcinsleri tarafından da yadsınmaktadır.

3.3.3. Sosyal sorunlar

Kadınların iş hayatında aktif bulunmasına engel teşkil eden sosyal sorunlar da mevcuttur. (Ayaz, 1993: 180-181) Geleneksel yapıdan kaynaklı aile sorumluluğu sosyal sorunlar da oluşturmakta, ev ve iş yaşamlarının dengelenmesi konusunda destekleyici unsurlar yeterli olmamaktadır. Çocuk bakımı, yetiştirilmesi gibi bu sorumluluklar kadının iş hayatında üzerinde ikinci bir yük baskısı hissetmesine ve bu nedenle iş hayatına girmeyi tercih etmemesine neden olmaktadır. Dolayısıyla kadın bu sosyal sorunlardan dolayı girişimcilik faaliyetlerinden yoksun kalabilmektedir. (Kansız ve Acuner, 2008: 14).

3.3.4. Cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı

Cinsiyet rolü kadınların girişimciliğe atılıp atılmaması konusundaki etkileri yanında kadınların iş hayatındaki yerini de etkileyen önemli unsurlardan birisidir. Cinsiyet rolü ile hangi mesleğin yapılacağı veya hangi pozisyonun kadın işi, hangi pozisyonun erkek işi olduğunun etkilenmesi kaçınılmaz bir gerçektir. (Örücü ve Dğr, 2007: 120). Bu durum, ev ve iş hayatı arasında dengeleme yapması gereken kadının toplumun cinsiyet algısından dolayı eş ve anne olması rolündeki bir uzantı gibi değerlendirilmesi gibi sebepleri de barındırarak kadınların genellikle öğretmenlik, hemşirelik, sekreterlik gibi mesleklere yönelmesine sebep olmuştur. (Narin ve Dğr, 2006: 71). Mevcut duruma bakıldığında, kadınların sanayi alanındaki varlığı erkeklere oranla çok daha düşüktür. Genellikle emek gerekliliği olan hafif sanayi dallarında nazaran dar bir faaliyet alanında bulunabilmektedirler. 1992 yılında Sheppard, kadınların başarı oranları yüksek olsa dahi erkek egemen sektörlerde

kendilerine yer bulmalarının zor olduğunu belirtmiştir. (Gökakın, 2000: 114). Bu durum da toplumda “erkek işi” ve “kadın işi” ayrımını karşımıza çıkarmakta, bir ön yargı doğurmaktadır. (Soysal, 2010b).

3.3.5. Sermaye eksikliği

Bir işletme kurmak için iki temel gereklilik tecrübe ve finansal kaynaklara sahip olmaktır. Kadınların toplumdaki yeri göz önüne alındığında bu iki gereklilikten de yoksun olduğu görülmektedir. (OECD, 2004: 45). Aile sorumlulukları, ev içinde mevcut iş yükleri kadınların kendilerine ait ekonomik değer yaratmalarında kısıtlayıcı olmaktadır. İş fırsatlarını değerlendirmek, kariyer imkanlarından faydalanmak konusunda yaşanan bu kısıtlayıcılar ise kadının iş hayatında düşük ücretlerle kendisine ancak yer bulabilmesine yol açmaktadır. En gelişmiş ülkelerde dahi kadının erkekten daha az kazandığı gözlemlenebilmektedir. Daha az gelişmiş ülkelerde ise bu durum çok daha ağır şartlarda görülmektedir. Bangladeş, Mali veya Senegal gibi ülkelerde yasal ve kültürel engeller mevcuttur. Erkek birey kadının parasına el koyabilir, dolayısıyla bu toplumlarda yaşayan kadınların tasarrufu ve finansal kaynak bulması çok zordur. (De Groot, 2001). Bu açıdan bakıldığında kadın girişimcilerin yaşadığı en büyük engel mali güç eksikliğidir. Mali kaynağı olmayan kadın, yüksek girişimcilik niteliğine ve potansiyeline sahip olsa dahi, hazır olan iş projesine ve pazarına rağmen dışarıdan bir finansal kaynak edinmemektedir. Banka ve kredi süreçlerinde üzerinde edinilmiş mal varlığı eksikliğinden dolayı sonuç alamamaktadırlar. Gökakın tarafından yapılmış bir araştırmada, kadınların girişimcilikte finansal kaynağı genellikle kendi tasarruflarından ve ailevi kaynaklardan sağladığı görülmektedir. (Gökakın, 2000: 115). Ancak işletme kuruluşundan sonraki aşamada, işletmeyi büyütmek için girişeceği faaliyetlerde benzer sorunlar tekrar karşısına çıkabilmekte, gerekli dış kaynağı bulamamaktadır. Tüm bu sebepler düşünüldüğünde kadınların girişimcilik sürecinde en büyük engellerinden biri sermaye eksikliğidir. (Soysal, 2010b).

ABD’de 2001 yılında bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada işyeri sayımı yapılmış ve buna göre; işletme sahibi kadın girişimcilerin sayısı 9,1 milyon olarak belirlenmiştir. Bu 9,1 milyon işletmede 27,5 milyon çalışana istihdam imkanı sunulmaktadır. Yine bu işletmelerin satış toplamalarının finansal 3,6 trilyon dolar civarına ulaşmış olduğu sonucuna varılmıştır. (DeMartino ve Barbato, 2002: 817). Bu önemli bir gelişmedir ve bu gelişmenin sağlanmasında temel faktör kredi

imkanları ve bu kredi imkanlarında ilişkin düzenli bilgilendirmelerdir. Finansal imkanlar sağlandığında kadın girişimciliğinin gelişimini gözler önüne sermiştir. Yine başka bir çalışma ise erkeklere yönelik yapılmıştır ve finansal kaynakları mevcut olan veya kolay kredi imkanı sağlayan erkeklerin girişimcilik motivasyonlarının yüksek olduğu görülmüştür. Yani sermaye mevcudiyeti sadece kadınlar için değil genel olarak da girişimcilikte büyük bir öneme sahiptir. (Lee ve Dğr, 2004: 882). İşletmelerde başarı ölçütü olarak finansal durum ve kredi imkânları görülmektedir. (Taylor ve Newcomer, 2005: 24). Kadın girişimcilerin desteklenmesinde en büyük gerekliliğin de finansal kaynak olduğu açıktır. Türkiye’de yapılan bir araştırmada, kadın girişimcilerin girişimciliğe başlama sermayesinin genellikle 15 bin TL olduğu erkeklerde ise 36 bin TL gibi bir sermaye ile girişimciliğe başlandığı görülmüştür. (Gürol, 2000: 232).

Daha önce de bahsedildiği gibi ülkemizde, banka ve benzeri finansal kurumlar kadınlara daha ihtiyatlı yaklaşmaktadır. Kredi ve çek olanakları gibi imkanlardan faydalanmada zorluklar yaşamaktadırlar. Bu zorlukların önüne geçilmesi, prosedürlerin hafifletilmesi veya sağlanacak farklı kredi imkanları ile kadınlar girişimciliğe teşvik edilebilecek, mevcut potansiyel çok daha etkin kullanılarak ekonomik katma değer de sağlanabilecektir. (Şekerler, 2006: 128).

3.3.6. Girişimcilikte rol modellerinin eksik olması

Tarihsel sürece baktığımızda girişimciliğin erkek tarafından gerçekleştirilen bir rol olması ile rol model eksikliği önemli görülmektedir. İlerleyen süreçlerde bu eksikliğin azalacağı şuan mevcut girişimci kadınların gelecekteki girişimci kadınlar için uygun rol model sağlayacağı açıktır. Bu rol modeller ise yeni girişimci kadınlar için önemli bir unsur oluşturacaktır. (OECD, 2004). Aldıkları rol modeller başarılarında belirleyici olabilecektir. Çünkü alınan rol modelin davranışları, yaklaşımları, faaliyetleri hem rol model alan kişiyi girişimciliğe yönlendirecek hem de bunlardan etkilenecek hareket etmesine yol açacaktır. Rol model konusunda cinsiyet belirleyiciliği de tartışmasız bir gerçektir. Çünkü birey rol model olarak kendi hemcinsini almakta ve kendi hemcinsinden olan rol model ile daha kolay bir içsel bağ kurabilmektedir. Rol modelliğin önemine dair bariz örneklerden biri de anne ve babaları girişimci olan çocukların bu rol modelleri kullanarak girişimciliğe yönelmesidir. (Davidsson, 1995). Bu örnekte rol modelliğin cinsiyet ilişkisi de net olarak görülebilmektedir. Erkek çocukların daha çok babalarından örnek alması, kız

çocuklarının ise annelerinin davranışlarını belirlemesi rol modelin cinsiyet ilişkisini ortaya koymaktadır. (Delmar, 2000). Ülkemizde özellikle kadınların iş hayatında pasif olması annenin rol model olanağı sunmasını engellemekte, kadın girişimciliğe atılırken temel rol modelden eksik kalmaktadır. Gökakın tarafından yapılan bir çalışmada kadın girişimcileri %39'u ailelerinde örnek alabilecekleri bir rol model olmadığını belirtmiş ve bunun iş hayatında zorluklara sebep olduğunu ifade etmiştir. (Gökakın, 2000: 112).

Tüm bu açılardan girişimcilerin cinsiyetlerine bakıldığında, iş yaşamında erkeklerin kadınlardan çok daha etkin olduğu söylenebilmekte, bunun doğal bir sonucu olarak da kadın girişimcilerin yaşayışlarında kendilerine rol model olarak alabilecekleri kişiler bulamaması, kadınların girişimciliğe yönelmesinde zayıflıklara sebep olmaktadır. (Soysal, 2010b).

3.3.7. Cam tavan engeli

1970 yıllarında ABD'de ortaya çıkmış olan cam tavan kavramı zamanla dünya üzerindeki örgütsel yapıda kullanılan bir kavram halini almıştır. Kalıplaşmış düşünceler ve önyargılar ile ortaya çıkan, kadınlarda örgütsel yapı içinde yükselmeyi sınırlandıran, üst düzeydeki yönetimsel pozisyonlarda kadınların değerlendirilmesini engelleyen, görünmez setler olarak tanımlanabilmektedir. (Wirth, 2001:1).

Kamu alanlarında, özel şirketlerde, eğitim kurumları ve sivil toplum kuruluşlarında kariyer hedefleyen, yönetimsel mevkilerde yükselme arzusu taşıyan ve bunun için aktif çaba sarf eden kadın çalışanların karşılaştıkları engeller cam tavanlardır. Burada cam tavan teriminin kullanılması, söz konusu bu engellerin belirli şartlarla düzenlenmemiş olmasını, toplumsal yargılarla oluşan belirsiz engeller olduğunu ifade etmektedir. (Aycan, 2004).

Yönetim pozisyonlarında veya idari süreçte çalışmakta olan kadınların karşılaştıkları, belirsiz bir sınırdan sonrasında mevkilerinin yükselmesini engelleyen etmenlerin tamamına "Cam Tavan Engeli" veya "Cam Tavan Sendromu" denmektedir. Cam Tavanın görünmeyen bir engeli ifade ettiği "cam" teriminden de anlaşılmaktadır. Genellikle bu engeller sebebi belirlenemeyen şekilde oluşmakta, nedeni ifade edilemeyerek kadınlara yönelik beklenen terfileri engellemektedir. (Siyve, 2004).

İş dünyasında sıklıkla rastlanan bir konu da çalışan kadının hakkeşi olmaktadır. Kadın kendisi ile aynı kıdemde aynı eğitim ve deneyime sahip karşı cins meslektaşından daha az ücret almaktadır. Yükselme söz konusu olduğunda da tercih erkek çalışandan yana kullanılmakta, hatta kendisinden daha az eğitim ve deneyim sahibi erkek çalışan terfi alırken kadın beklediği terfi ye ulaşamamaktadır. Daha üst kademelere yükselme söz konusu olduğunda ise, kadın sadece cinsiyetinden ötürü, karşılaştığı cam tavan engeli nedeniyle örgütte hak ettiği düzeye gelememektedir. (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 494). Bu engellerin başlıcaları ise; basmakalıp yargılar, rol çatışması, şirket uygulamaları (işe alım, terfi ve ücretlendirmede ayrımcılık yapılması), rehberine sahip olamama ve iletişim ağı eksikliği olarak sıralanabilmektedir. (Anafarta ve Dğr, 2008: 114).

Genel olarak değerlendirildiğinde ise kadınların iş yaşamında yükselememelerinin temelinde üç engelin olduğu belirtilebilir. Bu üç engel şunlardır; (Örücü ve Dğr, 2007: 119)

- Erkekler tarafından konulan engeller (erkeklerin, kadınların verilen işleri yapamayacağına dair negatif görüşleri; kişilik, kararlılık ve azim açısından yetersiz olarak değerlendirilmeleri; iletişim kurma zorluğu ve erkeklerin gücü elde tutma isteği);
- Kadın yöneticiler tarafından konulan engeller (kadın yöneticilerin kadınlara karşı özel bir ayrımcılığa gerek yok anlayışında olmaları, kadınların birbirlerini çekememeleri);
- Kişinin kendine koyduğu engeller (“Kadının yeri neresi?” sorusunun cevabını bulamayışı, kadınlara karşı olan negatif önyargıları kabul etme, iş-aile çatışması ve suçluluk duygusu ile başa çıkamamak, özgüven eksikliği, kararsızlık, sistemi değiştiremeyeceğine duyulan inanç, yükselmenin mümkün olamayacağına yönelik inanç).

Yapılan detaylı bir çalışmada kadınların üretim işletmelerindeki yerleri incelenmiş, bu tarz işletmelerde en fazla grup liderliğine yükselebildikleri görülmüştür. (Narin ve Dğr, 2006: 71-72). Kutanis tarafından yapılmış olan bir çalışmada, iş hayatının erkek egemen olmasından bahsedilmiş, iş dünyasında kadının benimsenmesinin zor olduğu, kadın girişimcilerin piyasada kendilerini kabul ettirmelerinin zaman aldığı belirtilmiştir. (Kutanis, 2003).

3.3.8. Cinsel ve duygusal taciz

Hem ücretli bir işte çalışıyor olan hem de çeşitli işletmelerde yönetici veya girişimci görevi alan kadınların, bir çok toplumda duygusal tacize veya cinsel tacize uğradığı görülmektedir. (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 494). Kadın evinin geçimini sağlayabilmek için bu tacizlere göz yummak zorunda kalmakta, işini kaybetme korkusuyla hareket ederek tacizlere katlanmaktadır. Konuyla ilgili bir araştırma Ernst&Young'a bağlı insankaynaklari.com sitesi tarafından yapılmış "İş'te Kadın Olmak" konulu araştırmadır. Bu araştırmada yöneltilen sorulardan biri, "kadınların iş hayatında karşılaştığı sorunlar" sorusudur. Bu soruya cevaben katılımcıların hepsi ilk sırada, sözlü ve fiziksel cinsel taciz cevabı vermişlerdir. Yapılan bu araştırmada, sözlü ve fiziksel cinsel tacize uğrayan kadın çalışanların bu durumu ifade etmekte zorlandıkları, bastırdıkları ve katlandıkları belirlenmiştir. (Kocacık ve Gökaya, 2005, 212).

3.3.9. Zaman darlığı

Girişimcilik tercihinde bulunan kadınlarda kendini gösteren bir diğer engel zaman darlığıdır. Çünkü kadınlar, ülkemizde ev işlerinden ve çocukların yetiştirilmesinden sorumlu bir rol üstlenmektedirler ve var olan bir işi geliştirmeye veya girişimci olmada girişimsel yetenekleri geliştirmeye yeterince zaman ayıramayabilmektedirler. Bu durum kadın girişimcilerde, yetenek kazanmak için eğitim programlarına katılmaya veya daha iyi müşteriler veya tedarikçiler araştırmaya yeterli zaman bulamamak gibi engeller oluşturabilmektedir. (OECD, 2004).

3.3.10. Rol çatışması

Kadınların iş hayatına atılmasıyla üzerine yüklenen sorumlulukların, toplumsal geleneklerden kaynaklı ev ve aile sorumluluğu ile arasındaki ikilem "rol çatışması" şeklinde tanımlanabilmektedir. Tanımdan da yola çıkarak girişimci bir kadının bir sorumluluğunu yerine getirirken diğerini aksatması ihtimali rol çatışmasına sebep olmaktadır. (Narin ve Dğr, 2006: 71). Yaşamda karşılaşılabilecek endişe, zorluklar, bunalım, stres, gerilim, kararsızlık gibi unsurlar sorumluluklardan birinin ihmaline yol açabilmekte ve dolayısıyla rol çatışmasına sebep olmaktadır. (Kansız ve Acuner, 2008: 14). Rol çatışmasının kadınları en fazla etkilediği yönlerden biri iş sürecine daha fazla vakit ayırması, fazla mesai, uzun çalışma gerekliliği gibi sebeplerle aile hayatına gereken özeni gösterememesinden kaynaklanmakta, özellikle

toplumumuzda en büyük sorunlar bu sebeplerle oluşmaktadır. Bu konuda yapılan bir çalışmada katı iş programları, çalışma süresinin uzunluğu, iş stresi gibi durumların rol çatışmasıyla büyük oranda ilişkisi tespit edilmiştir. (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 6). Toplumumuzdaki aile yapısında geleneksel olarak aile işlerinden kadın erkekten çok daha fazla sorumluluk taşıdığı için bu rol çatışmalarını çözememektedir. Bu çözümsüzlük ise kadının duygusal açıdan yıpranmasına neden olmakta, tatmin yaşayamamakta ve hatta beraberinde başarısızlığı getirebilmektedir. Çeşitli başarısızlık senaryoları da toplum tarafından daha fazla eleştirilmesine sebep olmakta ve daha fazla yıpranmaktadır. (Anafarta ve Dğr, 2008: 116). Örucü ve arkadaşlarının yapmış oldukları bir araştırmada; kadın girişimcilerin hem aile sorumluluklarını yerine getirmesi, hem de yoğun iş temposuna uyum sağlaması zorluğunun, kadınların girişimcilik süreçlerinde engel oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Örucü ve Dğr, 2007).

3.3.11. Sosyal pozisyon ve iletişim eksikliği

Erkeklerle nazaran kadınlar daha düşük bir sosyal pozisyonundadır. Bu düşük sosyal pozisyon ise onların sosyal ortamlarda bulunmasında veya bir örgütün üyesi olmasında eksiklik oluşturmakta, fayda sağlayacak bağlantılarının var olmasını etkileyebilmektedir. (Aldrich ve Zimmer, 1986). Girişimcilik sürecinde yeni bir işletme kurulurken ve yönetilirken gerekli olabilecek bilgi, kaynak ve desteğe ulaşmak konusunda bu sosyal pozisyon eksikliğinin etkisi görülmekte, dolayısıyla kadınlar erkeklerle nazaran daha az başarı elde edebilmektedir. İş yaşamında kadınların zorlanmasına sebep olan unsurlardan bir diğeri de mevcut sosyal ağların erkekler tarafından oluşturulmuş olması ve bu biçimsel sosyal iletişim ağında kendilerine yer bulamamalarıdır. Morrison ve arkadaşlarının böyle bir durumla karşılaşan kadınlarla ilgili yapmış oldukları araştırmada kadınlar, güçlerinin azaldığını, yönetsel pozisyonlar için değerlendirmelerde ayrımcılığa uğradıklarını, iş ve aile arasında daha fazla çatışma yaşadıklarını ve iş yerinde rehberden yoksun kaldıklarını belirtmişlerdir. (Morrison ve Dğr, 1987). Iberra, iletişim ağlarının örgütlerde ırk ve cinsiyet eşitsizlikleri oluşturmada rol oynadığını ileri sürmüştür. (Iberra, 1993). Cai ve Klenier'de kadınların örgüt içinde ve dışında iletişim ağı eksikliği hissettiklerini vurgulamıştır. (Cai ve Klenier, 1999). Örneğin, patronlarla golf oynamaya, erkek kulüplerine ve spor faaliyetlerine erkek meslektaşları kadar

sıklıkla katılmayan veya davet edilmeyen kadınların önemli iş bağlantılarının dışında kaldıklarına dikkat çekilmektedir. (Anafartalar ve Dğr, 2008: 120).

3.3.12. Basmakalıp yargılar

Kadınların kariyerini etkileyen cinsiyete dayalı önemli engellerden biri de basmakalıp yargılardır. Gelişmiş ülkelerde iş dünyasında cinseyete yönelik basmakalıp yargılar gözlemlenmektedir. Yaklaşık üç yüz kadınla ABD’de yapılan bir araştırmada birinci sıradaki kariyer engelinin basmakalıp yargılar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu yargıların çoğu olumsuz olup, kadınların bir şeyleri yerine getiremeyeceği üzerine görüşler içermektedir. Kadınlar genellikle yetersiz olarak yorumlanmakta, risk alma, kararlılık, azim gibi konularda eksik görülmektedir. Yine benzer şekilde kadınların duygusal oluşu, bağımlı tavırları, öznel davranışlarının yetersizlikle yorumlandığı bu basmakalıp yargılar içinde yer almaktadır. (Anafarta ve Dğr, 2008: 115).

3.3.13. Tecrübe eksikliği

Kadınlar tarih boyunca pek çok sosyal ve ekonomik haktan mahrum bir yaşayışa sahip olabilmişlerdir. Bu sebepten dolayı tecrübe eksikliği, genellikle kadın girişimcilerin yaşadığı bir problem olarak kendini göstermektedir.

Kadınların aktif olarak iş hayatında bulunmaları 20. yüzyılın başlarına denk gelmektedir. Bu iş hayatındaki mevcudiyet ile birlikte kadınlar bazı temel hakları da elde etmeye başlamışlardır. Aldıkları haklarla iş hayatındaki aktiflikleri de artmış ücretli çalışma kendi işine sahip olma konusunda daha da ilerlemelerini sağlamıştır. Ücretli çalışan kadınların karşılaştıkları cam tavan engeli, ücret eşitsizliği, cinsel taciz gibi olumsuzluklar bu kadınları kendi işlerinin sahibi olmaya itmiştir. Yaklaşık 1970’li yıllardan itibaren kadınların girişimcilik süreci başlamış, 1990’lı yıllarda da yoğunluk göstermeye görülmüştür. Erkek girişimcilerin çok daha uzun süredir girişimcilik sürecinde bulunmaları, eğitim alma ve iş deneyimi kazanma avantajları kadın girişimcilerin daha tecrübesiz olmasına yol açmıştır. Bilgi birikimi yüksek olan, lisans veya lisansüstü eğitimi olan kadınlar dahi ancak küçük bir oranda tecrübe sahibiymiş gibi görülmektedir. (İlter 2008: 63; Şahin 2006: 67; Bruni ve Dğr, 2004: 258-259).

Kadınların girişimcilik konusunda gerekli eğitimi alamamaları ülkemizde görülen sorunlardan biridir. Girişimcilik konusunda tecrübe de sağlayabilecek gerekli bu eğitim ustaların yanında çalışarak kazanılabileceği gibi başka girişimcilerin tecrübelerinden de faydalanılabilir. Ancak kadınların bu iki şekilde de gerekli tecrübeye ulaşmalarındaki zorluk ortadadır. (Şahin, 2006: 63-64).

Kadın girişimcilerin profillerini incelediğimizde ise, yetiştikleri aile, ailenin finansal ve duygusal anlamda destek vermesi, güçlülük duygusu yaratmakta, ailenin verdiği güvenle erken yaşlarda oluşmaya başlayan iddiacı olmak yeteneği kadınları kendi işini kurmaya yönlendirmekte, bunun sonucu olarak da tecrübe eksikliği kısa zamanda aşılabilmektedir. (Gürol, 2000: 229-236).

3.3.14. Bürokratik engeller

Ülkemizde yapılan çalışmalar, kadınların girişimcilikte en çok karşılaştığı sorunlardan birinin de bürokratik engeller olduğunu göstermiştir. Geleneksel Türk kültürü topluluklara bağlı, bireyselliği yeterince gelişmemiş bir kültürdür. Doğal olarak da, kişisel inisiyatifin ve girişimcilik faaliyetlerinin zayıflığı gözlemlenebilmektedir. Bu durum beraberinde bürokratik faktörlerin çok daha baskın gelişimi sonucu getirmektedir. (Aytaç ve İlhan, 2007: 114).

Kadınlarda girişimciliği etkileyen unsurlardan biri olarak değerlendirilen bürokratik engeller, kurumsallaşmaya karşı olan tutumlarla da örneklendirilebilir. Ne yazık ki pek çok girişimci kurumsallaşmayı gereksiz görmekte, karar alma süreçlerinin uzaması olarak düşünmektedir. Kurumsallaşmaya yönelik bu tepkiler hem kadın girişimcilerde hem de erkek girişimcilerde görülmekte, bürokratik yapının kurumsallaşma yönünde teşvik edememesi bu engeli baskılamaktadır. (Baraz, 2006: 126).

Kadınların karşılaştıkları diğer bir bürokratik engel ise kadınların karar alma süreçlerinde etkin bulunmamasına yöneliktir. Kamu ve özel sektörde kadınların yönetim süreçlerinde bulunması konusundaki bürokratik engeller kaldırılmalı, aksi yönde yaptırımlar oluşturulmalıdır. Kadının üst düzey pozisyonlara özendirilmesi ile de bu engelin önüne geçilmesi pekiştirilecektir. (T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008: 19). Ayrıca kadınların kendilerine ait bürokratik işlerini yerine getirmeye başlamalarının önemi de vurgulanmalıdır. (Kaya, 2009: 37).

Bürokratik engeller kadın girişimcileri etkilediği kadar erkek girişimcilere de ortak olarak engel oluşturabilmektedir. Mesela bir işletmenin kurulması veya tescil edilmesi gibi süreçler karmaşık ve zaman alıcı olmaktadır. (Şekerler, 2006: 124). Benzer şekilde teşvik ve desteklerden yararlanılması süreci veya girişimcilik eğitimlerine başvuru ve eğitim alma süreçleri bürokratik engellerden dolayı zaman kaybına neden olabilmektedir. (Bilici, 2007: 397). Bürokratik engellere yönelik problemlerin çözümünde hem erkek hem de kadın girişimcileri etkileyen bürokratik süreçler düzenlenmeli, kadına yönelik negatif bürokratik etkiler ise pozitif ayrımcılık süreçleri ile desteklenmelidir. (Ecevit, 2007: 4).

3.4. Kadın Girişimcilere Yönelik Destek Projeler

Önceki bölümlerde bahsedilen tüm bu zorluk ve engellerin üstesinden gelinebilmesi için, uzun dönemli ve planlı projelerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Daha gerçekçi politikalarla sonuca daha etkin ulaşılabilmesi ancak mümkün olacaktır. Girişimciliğin ülke ekonomisine sağladığı katma değer düşünüldüğünde uygulanacak bu politikaların da ülkeye kazanımlar sağlayacağı aşikârdır. Özellikle kadınların girişimciliğe daha yoğun katılımını sağlayacak olan politikalar, alternatif istihdam olanakları doğuracağı gibi, ekonomik potansiyeli de çok daha fazla artıracaktır. Yine uygulanacak bu projelerde eğitim süreci, iş piyasalarının yapısı, finansal kaynak ve kredi koşulları, örgütlenme faaliyetleri gibi alanların ele alınması gerekmektedir. Dünyada teşvik örnekleri belirli koşulları sağlayan girişimcilere veya belirli sektörlere sağlanabildiği gibi, genel teşvik uygulamaları da sıkça görülmektedir. (Lundström ve Stevenson, 2005: 119).

Kadınlarda girişimciliği desteklemek için gerekli olabilecek politikaları dört ana başlık altında inceleyebiliriz. Bu başlıkları, “eğitim ve beceri”, “iş piyasasının yapısı, talepleri ve geleceği”, “sermaye ve kredi”, “girişimci kadınlar arası örgütlenme” olarak sıralayabiliriz.

Eğitim ve Beceri: Kadınların eğitim düzeyleri artırıldıkça, iş hayatında bulunma oranları da artış gösterecektir. Dolayısıyla kendi işletmelerini kurmaları konusunda da eğitim düzeyi artışı pozitif sonuç yaratacaktır. Türkiye’de çalışan kadınlar üzerine veriler incelendiğinde, kentlerde çalışan kadınların %7,6’sının meslek lisesi mezunu, % 18,6’sının ise lise mezunu olduğu görülmektedir. Bu oranlarda oluşturulabilecek

artış kadın girişimciliği oranında da artış sağlayacaktır. (Ecevit, 1993:30; Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 1995; TUGİAD, 1993)

İş piyasasının yapısı, talepleri ve geleceği: Özellikle endüstrileşme sürecinde görülen erkek çalışanların yerini kadın çalışanların alma süreci, kadınların iş hayatında aktif rol almalarında pozitif etki yaratmasının yanında, sonrasında oluşan ekonomik krizlerde işten ilk çıkarılanların kadın çalışanlar olduğu görülmektedir. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve yoğunlaşması ile iş piyasasındaki yapıda değişiklikler oluşacak, talepler değişecek, kadınların ekonomik krizler döneminde yaşadığı iş kayıplarının önüne de geçilebilecektir. (TÜSİAD, 1987; TÜSİAD, 2000).

Sermaye ve kredi: Kadınların en çok desteklenmesi gereken konulardan biri de sermaye bulma ve kredi imkânlarının sağlanmasıdır. Dünya Bankası verilerinde kadınların kredi alış süreçlerinde sınırlamalar bulunduğu görülmüş, kadınların borç ve gelir dengelerinin tutarlı olmadığı ifade edilmiştir. Bu veriler kadınların finansal kaynak bulmada kredi imkânlarından yararlanmasını zorlaştırmakta olduğundan, gerekli teşvik ve kredi sistemleri ayrımcı hukuki yaptırımlarla düzenlenmelidir. (Ecevit, 1993: 35; Hancı, 2004: 48, Karaduman, 2002).

Girişimci kadınlar arası örgütlenme: Yaşama dair birçok alanda önemi görülen örgütlenme elbette ki girişimcilikte de büyük önem taşımaktadır. Örgütlenme bireyde hem destekleyici unsur oluşturmada hem de bilgi ve tecrübe edinimini sağlamaktadır. Sosyal süreçte aktiflik yaratan örgütlenme beraberinde sosyal eksikliklere karşı da çözüm getirebilmektedir. Kadın girişimcilerde örgütlenme faaliyetlerinin gerekliliği de aşikardır. Kadının tecrübe eksikliğini giderecek, sosyal eksikliklerini tamamlayacak faaliyetleri sağlayacak, gerekli bilgilere etkin ulaşmasının yolunu açacaktır. Bu nedenle kadın girişimciliğinin desteklenmesinde önemli faaliyetlerden biri de örgütlenmenin yolunu açmak olacaktır. Gerekli örgütlenmenin sağlanacağı kooperatiflerin kurulması bu alanda yapılabilecek çalışmalara bir örnek gösterilebilmektedir. (KOSGEB, 1996; Gürol, 2000).

Türkiye’de kadın bireylerin işgücünde mevcudiyet oranları DİE verilerinde % 27,9 oranındadır. Çalışan bu kadın bireylerin ise % 63’ü aile işçisi olarak ücretsiz çalışmakta, % 27,5’i dışarıdaki bir işte aylık maaş veya yevmiyeli ücretlerle ve % 9,5’i ise kendine ait işletmesinde girişimci olarak, patron-yönetici olarak görev

almaktadır. (T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, 1998). Buna karşılık olarak TÜSİAD tarafından hazırlanan raporda bu oranın çok daha düşük olduğu görölmektedir. TÜSİAD verilerine göre kendine ait işletmesinde çalışan kadın oranı % 3,3 olarak belirtilmektedir. (TÜSİAD, 2002:23). Avrupa Birliği'ne üye olan ölkelerde ise kendine ait işletmesinde çalışan kadınların oranı, tüm çalışan kadınlar toplamında, en düşük İrlanda'da % 16, en yüksek Portekiz'de % 40 aralığında değişme göstermektedir. (Avrupa Komisyonu, 2001).

Türkiye'de kadın girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çalışmalar Çizelge 3.4.'de sıralanmıştır.

Çizelge 3.4. Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar

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

Kaynak: T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. Aralık 2000. ARAT 1993; ÇELEBİ 1993; Türkiye Halk Bankası Sanayi Kredileri Genelgesi, 1996; “Haberci Gözüyle” Programı, TRT-2, 24.11.2003; <http://www.tesk.org.tr/tr/proje/yurutulen/kadin.html> (e.t.:21.11.2003)

Çizelge 3.4. ile kadınlarda girişimciliğin geliştirilmesi için Türkiye’de yapılan çalışmalar özetlenmektedir. Kadınlarda girişimciliğin geliştirilmesine yönelik faaliyetler elbette ki kadınların karşılaştıkları sorunları analiz etme ile başarıya

ulaşabilecektir. Kadın girişimcilerde karakter özellikleri ve girişimcilik ile ilgili karşılaştıkları engeller konusunda yapılmış birçok çalışmaya ulaşmak mümkündür. Bu tip çalışmalar yoğunlukla 2000 yılları itibariyle artmıştır. (Çakıcı, 2004).

Ülkemizde kadınları girişimciliğe teşvik etmeye yönelik oldukça çeşitli çalışmalar mevcuttur. Kadın girişimciliğini destekleme ve geliştirme kapsamında; Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Bankalar (Vakıfbank, Ziraat Bankası, Halk Bankası), Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), KOSGEB İş Geliştirme Merkezleri, Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP), Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (ÇATOM), Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM), Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV), Kadın Merkezi (KAMER), Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV), Türk Grameen Mikrokredi Projesi, Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) gibi proje ve oluşumlar bu çalışmalara örnek olarak sıralanabilmektedir. (Toksöz, 2007: 75-76).

Kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılırken dikkat edilmesi gereken konulardan biri de tüm kadınların eşit potansiyele sahip olduklarını var saymadan projeler üretilmesini sağlamaktır. Çünkü kadınlar, aile durumlarına, buldukları sosyal çevreye, demografik özelliklere, eğitimlerine bağlı olarak farklı statülere sahiplerdir. Bu statülere bağlı olarak da bazı kadınlarda temel engel finansal kaynaklar olabilirken, bazı kadınlarda eğitim ve tecrübe alternatifleri temel engeli oluşturabilmektedir. Kadınlar, girişimciliğin motivasyonunda da farklılık gösterebilmektedirler. Bazı kadınlarda motivasyon kariyer ve gelişim hedefi iken, bazı kadınlarda geçim kaynağı olabilmektedir. Tüm bu şartlar göz önüne alınarak kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik politikalar belirlenmelidir. (Ecevit 2007: 42).

Tüm bunlardan dolayı, elbette başlangıçta kadın girişimciler olacak şekilde, girişimcileri, doğru bir şekilde destekleyebilmek adına uygun sınıflandırmalar yapılmalı, daha gerçekçi politikalar üretilmelidir. Yukarıda kısaca değinilen dört ana başlığı ele alarak konuyu daha detaylı irdeleyebiliriz.

3.4.1. Eğitim politikası

Ülke refahı ve mutluluğunun sağlanması, birçok faktörün yanında, ülke halkının sürekli ve nitelikli eğitim almasına bağlıdır. Bilgi ve beceriler, bir ülkenin sosyo-

ekonomik ve sosyo-kültürel kalkınmasına eklenebilen katma değerlerdir. Günümüzde dünya bilgi toplumu özelliği taşımakta, her türlü yenilik ve gelişim bilgiye dayanmakta ve artan rekabet ile eğitim çok daha fazla önem kazanmaktadır. Toplumların eğitim düzeyindeki artış, bireylere kişisel gelişim, tatmin ve refah sağlamanın yanı sıra, ülkelerin ekonomik potansiyellerini de artırmaktadır. Özellikle kadınlara yönelik eğitim potansiyelinin artırılması, günümüz küreselleşmesine katılmasını da kolaylaştıracaktır. Diğer yandan da bakılacak olursa, eğitim süreçlerinde cinsel yönden eşitlik sağlanması kadınların eşit haklarının kabul görmesinde de önemli bir etken olacaktır. (T.C. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008: 27).

Eğitim konusu, kadınların işgücüne ve aktif iş hayatına katılmalarını sağlayan önemli etmenlerden biridir ve ülkemizde yükseköğretim eğitimi alan kadınların sayısı giderek daha fazla artmaktadır. (T.C. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008: 20). Kadınların toplumdaki statülerini yükselten, cinsel eşitsizliği ortadan kaldıran, yaşam kalitesini artıran ve kişisel özgürlüklerini koruma altına alan en önemli unsur eğitim olarak görülmektedir. (Sipahi, 1997: 67; İlter, 2008: 95).

Kadınlar dünyada pek çok ülkede görüldüğü gibi ülkemizde de, eğitim düzeylerini yükseltmeleri, bilgi ve beceri düzeylerini artırabilmeleri ile erkek egemen oldukları iş dünyasının içinde kendilerine yer bulabileceklerdir. Ve hatta kadın hâkimiyetinde olan iş alanlarının oluşturulması söz konusu olabilmektedir. İş dünyasına eğitim dezavantajıyla giren kadın, genellikle bilgi ve beceri gerektirmeyen işlerde rol alabilmekte, bu sebeple girişimcilik alanları sınırlanmaktadır. İyi bir eğitimin alınmasıyla bu sınırlar kalkarak, kadın daha geniş alanlarda yer alabilecektir. Böylece ülkede mevcut bir potansiyelin ülke ekonomisine katkısı sağlanabilecektir. Kadınların eğitim seviyesindeki artışın ülkenin sosyal yapısına da katkılar sağlayacağı aşikârdır. (İlter, 2008: 97).

Girişimciliğin artırılması, kişilerin eğitim düzeylerini arttırmakla sağlanabilecektir. Devlet politikaları eğitim alanında düzenlenmeli, devlete bağlı resmi kurumlar, kâr amacı taşımayan örgütler veya meslek kuruluşları gibi birimler, başlangıçta temel eğitimin desteklenmesi konusunda sürdürülebilir planlar hazırlamalıdır. Temel eğitime yönelik eksikler kapatılmalı, özellikle kadınların temel eğitimlerini almaları teşvik edilmelidir. Bununla birlikte girişimcilik eğitime de önem verilmelidir. Girişimcilik eğitimi temel eğitim alanında uygun olarak konumlandırılmalıdır.

Böylelikle kadınlar daha adil bir şekilde işgücünde ya da işveren olarak iş hayatında aktif rol almaya başlayacak, bu girişimcilik faaliyetleri sonucunda sosyal ve ekonomik bir kazanç olarak ülkenin ekonomisine ve kültürüne çok önemli katkılar sağlayabilecektir. (Başol, 2010).

İş piyasaları düzenlenmesi konusunda bir diğer politika da, DPT tarafından hazırlanan, aktif işgücü politikalarıdır. Aktif iş gücü politikaları istihdamın artırılmasında da önemli bir araç olarak hazırlanmış politikalarlardır. Aktif işgücü politikaları, işgücünün becerilerini ve yeterliliklerini geliştirmek ve bununla birlikte istihdam edilebilirliğin artırılması amacıyla hazırlanmıştır. Bu politikalar, mesleki eğitim, işgücü yetiştirme ve işgücü uyum programları, mesleğe yönelme, mesleki rehberlik ve danışmanlık hizmetleri, iş arama ve iş bulma stratejilerinin geliştirilmesi, işsizlik, özürlü bireyler, kadınlar ve gençler gibi zorluklar yaşayan, dezavantajlı grupların iş bulması, girişimcilik eğitimleri ve istihdam garantili eğitim programları gibi çalışmalarını kapsamaktadır. (DPT, 2006: 39; Özal, 2009: 37; DPT, 2000: 54).

3.4.2. İş piyasalarının düzenlenmesi

Türkiye'deki mevcut iş dünyası detaylı bir şekilde incelendiğinde, erkek egemen bir yapılanmanın egemen olduğu gözlemlenmektedir. Bu sebepten dolayı, iş piyasalarının düzenlenmesine yönelik geliştirilecek politikalar öncelik olarak kadın girişimcileri ön planda tutmalıdır.

Günümüz iş piyasalarında, iş ve meslek seçimleri cinsiyete bağlı olmakta, kadınlar genellikle, toplum tarafından kadın meslekleri olarak kabul gören grupta çalışma ve çalıştırılma eğiliminde olmaktadır. Bir diğer taraftan ise kadın emeği ucuz görülmekte ve bu ucuzluk kavramı, yoğun emek gerektiren sektörlerde kadınların, işgücü olarak tercih edilmesine sebep olmaktadır. Kadınlar düşük ücretlerle çalışmaya itilmektedirler. Günümüz iş piyasasında kadınların yeri düşük statülü işler, düşük ücret, geçici çalışma ve sosyal güvencesizlik kavramlarıyla örtüşmektedir. Bu durumlar elbette ki, kadınların iş dünyası içerisindeki rolüne yönelik kalıplaşmış fikirlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır ve çıkmaya devam etmektedir. (Karateke, 2006: 41).

İş piyasalarında kadın girişimci, yeterli deneyimi bulunduramamaktadır. Kadın girişimcilerin çıraklık, kalfalık veya mesleki eğitimlerden yoksun oluşları, beceri ve

deneyim kazanma süreçlerini uzamakta ya da tamamen engellenmektedir. Tüm bu sebeplerden dolayı da kadınların bir girişimci olarak iş piyasalarında var olmaları, yeterli görülmemekte veya iş piyasasında var olan kadın girişimcilerin ciddiye alınmamalarına sebep olabilmektedir. Türkiye’de her yıl binlerce kadın, iş piyasalarına adım atmakta, aktif olarak varlık göstermektedir. Bu varlık gösterme atılımı, zor koşulları da beraberinde getirmektedir. İş piyasasına adım atmak, mevcut bulunan bir işletmenin satın alınması, ortak olunması ya da miras vb. yollarla edinilmesi yoluyla olabilmekte, bunlarla beraber yeni işletme kurulması şeklinde de oluşabilmektedir. Mevcut olan bir işletme ile iş piyasalarına adım atmak beraberinde deneyim eksikliğine bağlı zorluklar getirecektir. Bu zorlukların azaltılabilmesi için detaylı inceleme yapmak gerektirmektedir. Benzer şekilde, geliştirilmek üzere devir alınan bir işletmenin finansal durumu mutlaka dikkatli şekilde incelenmelidir. Ortaklık durumunda da dikkat edilmesi gereken temel konu yeni alıcıya yüklenen sorumluluklardır. Genel olarak da işletmenin ekonomik değerinin doğru şekilde hesaplanması, kullanılan teknoloji, makine vb. ve hukuksal koşullar ciddiyetle incelenmeli ve araştırılmalıdır. (İlter, 2008: 100-112; Karagöz, 2009: 61-71).

Yeni işletmelerin kuruluşu ile de girişimciler ekonomik hayatta var olmaktadır. Bu durum ise girişimciye doğru bir ön planlama yapma sorumluluğu yüklemektedir. Olası kar ve zararların hesaplanması, işletme girdi çıktıları, uygun yerin seçimi, istihdam edilecek personelin konumlandırılması, yine personel için sendikal yapıların incelenmesi, finansal kredi ve destek sistemlerinin takibi, vergi, müşteri kitlesi ve hedef pazar gibi birçok araştırmanın yapılması gibi görevler yüklenilmelidir. (İlter, 2008: 100-112; Karagöz, 2009: 61-71).

Kadın girişimcilere yönelik iş piyasalarının düzenlenmesinde, hukuk üstünlüğünün kabulü ve uygulanması, işçi ve işveren arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi, sektörel piyasa verilerine kolay ulaşımın sağlanabilmesi, aktif işletmelerin ilgili uzmanlar tarafından sürekli incelenmesi gerekmektedir. Bu sayede kadınlar daha kendinden emin adımlarla hızlı bir şekilde kariyerlerini sürdürebileceklerdir. Bahsedilen bu koşulların sağlanabilmesi ile tecrübe eksikliğinin önüne geçilecek, böylece motivasyon sağlanacak, finansal kaynaklar da etkin şekilde kullanılacaktır. (Başol, 2010).

3.4.3. Kredi ve destek politikaları

Girişimcilikteki en önemli unsurlardan biri finansal kaynak unsurudur. Girişimciliğin ekonomik bir yüklenebilmesi için girişimciler maddi olarak desteklenmelidir. Bu gerekliliğin desteklenmesi önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere, cinsiyet ekseninde şekillenmekte, toplumsal cinsiyet etken olarak görülmektedir. Erkek girişimciler, kadın girişimcilere kıyasla ekonomik kaynak bulmak konusunda çok daha az zorluk yaşamaktadır. (Lee ve Dğr, 2004: 884).

Finansal sermayenin bulunması sürecinde iki önemli boyut mevcuttur. Bunlardan biri kredi diğeri ise destek politikalarıdır. Daha sonra geri ödenmesi koşuluyla ve genelde belli oranda bir faiz karşılığı alınabilen finansal kaynak kredidir. Öz kaynaklar ve borçlar olacak şekilde iki ayrı sistemde düşünülebilir. Öz kaynak, kişinin kendine ait maddi birikimleri veya yakın çevresinden elde edebileceği finansal kaynakları ifade etmektedir. Öz kaynaklar genellikle kredi kullanması gereken girişimciye ait faiz yükünü ortadan kaldırmaktadır. Borçlar ise, ticari bankalardan veya yatırımcılardan sağlanabilen, faiz karşılığında elde edilebilen finansal kaynaktır.

Destek politikaları, siyasi otoritenin kararı ile genellikle devlet tarafından sağlanan finansal kaynaklardır. Belirlenmiş sektörlerde veya belli koşulları sağlayan girişimcilere yönelik bu finansal kaynaklar, yeni işletmelerin kurularak devlet ekonomisine katkı sağlaması veya rekabet gücünü arttırmak için oluşturulmaktadır. Bazen karşılıksız, bazı durumlarda ise faizsiz geri ödeme koşulları ile sunulabilmektedir. Destek politikaları, yeni işletmelerin kurulmasını veya geliştirilmesini sağlayan önemli finansal kaynaklardır. (Odabaşı, 2005: 87-97).

Girişimciliğin ekonomiye sağladığı katkı yanında ayrıca Avrupa Birliği'nde girişimciliği desteklemek yalnızca kişileri desteklemek olarak görülmemekte, yeni istihdam alanlarının oluşturulması ile işsizliğe çözüm olarak da görülmektedir. Bu sebepten girişimcilere ve özellikle kadın girişimcilere finansal destek sağlamak için geniş kapsamlı fonlar oluşturulmuştur. (Henry ve Dğr, 2003: 17-18).

Ülkemizde kadınların yeni bir iş kurarken karşılaştıkları önemli zorluklardan biri finansal kaynak bulmadır. Fakat son yıllarda kadınlara yönelik destek politikaları artmış, özellikle popülaritesi artan mikro krediler kadın girişimciliğini teşvik etmiştir. Bu mikro krediler hiç bir teminat istenmeden, yapılacak işin özelliğine göre verilebilmektedir. Kişiler gruplar halinde birbirlerine kefil olmakta ve bu sayede

kefalet gereksinimi karşılanmaktadır. Bu sistem sayesinde kadınlar geçimlerini sağlama imkanı bulmanın yanında girişimciliğe de teşvik edilmiş, böylelikle kadın girişimciliğinde de artış görülmüştür.

Dünyada birçok ülkede uygulanan mikro kredilerin en güzel örneklerini özellikle Asya ve Güney Amerika ülkelerinde görmekteyiz. Bu kredilerin kullanımına yönelik veriler, kredi kullanımı ile kadın girişimcilerin işlerini %30 oranında büyüttüklerini göstermektedir. (Türk, 2006). Ülkemizde ise Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, Kadının Ekonomik Statüsünü Güçlendirme Dairesi tarafından verilen bu krediler ev kadınlarının iş dünyasına girişimci olarak katılımını sağlamaktadır. Örnek olarak Diyarbakır ilinde gerçekleştirilen mikro kredi projelerinde 6126 kadına mikro kredi imkanı sağlanarak işletmelerini kurmaları desteklenmiştir. (T.C. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008: 14-16). Kadınlar tarafından kurulan işletmeler büyüdükçe kredi imkânları artmakta, kredi sağlayan kuruluşlar, kredi kullanım olanaklarını sağlamaya başlamakta ve artırabilmektedir. (Brindley, 2005: 156). Böylelikle işletmenin gelir seviyesi arttıkça finansal kaynaklara ulaşma kolaylığı da artmakta, işletmeler daha kolay bir şekilde büyüme gösterebilmektedirler. (Lee ve Dğr, 2004: 889).

Yapılan araştırmalar, erkeklerin kadınlara kıyasla daha riskli olan işlerde faaliyet gösteriyor olmalarında bile krediye daha kolay ulaşabildikleri sonucunu vermektedir. (DeMartino ve Barbato, 2002: 820). Günümüzde hala bankaların ve benzeri kuruluşların kadın girişimcilere kredi imkânı sunma konusunda ön yargılı oldukları gözlemlenmektedir. Bunun en temel sebeplerinden biri olarak kadınların teminat gösterecek varlıklarının tümünün erkeklerin üzerine kayıtlı olması görülebilmektedir. Benzer sebeplerden dolayı kadınların teminat varlıkları gösterememesi banka nezdinde güvenilirliği etkilemektedir. (Şekerler, 2006: 122). Bu durum kadın girişimcileri erkek ortak bulma ihtiyacına itmektir. (İlter, 2008: 99-100; Sondakh ve Rajah, 2006: 232-238).

Yeni iş fikirlerinin desteklenmesi, istihdama katkıda bulunulması ve ikinci planda kalmış olan kadın işgücüne daha uygun fırsatlar yaratmak için girişimcilere yönelik kredi, teşvik ve destek politikalarının oluşturulmasına ihtiyaç görülmektedir. Özellikle;

- Girişimcilere yönelik kredi imkânları kolaylaştırılmalı,

- Kredi için gerekli teminat şartları azaltılmalı,
- Girişimcilere yönelik kredi faiz oranları düşük tutulmalı,
- Sosyal avantaj sağlamaları için sivil toplum örgütleri aktive edilmeli ve iyileştirilmeli,
- Alternatif oluşturacak yeni destek unsurları devlet tarafından sağlanmalı,
- Yenilikçi iş fikirlerine sahip girişimci adayları finansal kurumlar ile işbirliği içinde özel olarak desteklenmelidir.

Bu politikalar ekonomik olarak yeni iş fikirlerinin uygulanmasını sağlayacak ve girişimcilerin temel ihtiyacı olan kredilere ulaşmalarını kolaylaştıracaktır. Böylelikle yeni işletmeler ve sürekli fark yaratan girişimler iş piyasasında yer alacak ve bu sayede de kredilerin ekonomiye katkısı katlanarak artış gösterecektir. Bir diğer fayda olarak da; yeni girişimcilerin desteklenmesi ile sadece girişimciye bireysel bir fayda sağlanmakla kalmayıp, yeni istihdam olanakları yaratarak işletmede çalışan bireylere de faydalı olacaktır. (Başol, 2010).

3.4.4. Örgütlenme

Yine girişimcilerin desteklenmesi yönünde bir politika olan örgütlenme, girişimci bireylerin güç birliği oluşturmasını sağlayacak olan gerekli hukuksal ve politik yapıların tesis edilmesidir. Uluslararası Çalışma Örgütü, örgütlenme hakkını, barışın, toplumsal adalet ve özgürlüklerin teminatı olarak görmektedir. (UÇÖ, 2007: 7).

İş dünyasında yer alan toplumsal cinsiyet algıları, örgütlenme kültürü üzerinde de olumsuz bir etkide görülebilmektedir. Genellikle erkek girişimciler arasında daha güçlü iletişim gözlemlenebilmektedir. Fakat kadın girişimcilerde böyle kuvvetli bir bağ görülememektedir. Kadın girişimcilerin de sivil toplum kültürünün geliştirilmesi, birlikte hareket etme gücünün artırılması ve bilgi paylaşımı gibi örgütlenmenin faydalarından yararlanabilmesi için kuvvetli iletişim ağlarını kurmaları gerekmektedir. (İlter, 2008: 119).

Türkiye’de bulunan mevcut mevcut örgütlenmelerin ataerkil yapıları, bu örgütlenmelerde kadınlara ve kadınların sahibi oldukları işletmelere özgü etkinliklerin olmayışı, kadınların sosyal sorumluluk kapsamında bir araya gelmelerini sağlayacak yapıların eksikliği ile kadınların işletmelerinin

büyütülmesinde yaşadıkları en büyük engellerdendir. (Ünay, 2010). Kadın girişimciliklerini teşvik edecek ve destekleyecek politikaların içinde kadın örgütlenmelerine yönelik iyileştirmeler yapılması ve yeni olanaklar sunulması da önemli bir yer tutmaktadır. (Keskin, 2014).

Örgütlenmeler sadece girişimciliğin desteklenmesi yönünde değil, kadın erkek eşitliğinin sağlanmasında, toplumsal cinsiyet algısının kırılmasında da önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple sadece kadınlara yönelik örgütlenme faaliyetlerine önem vermek değil, mevcut sivil toplum kuruluşları içinde de kadın erkek eşitliğine önem gösterilmesi gerekmektedir. Kadın girişimciliğinin desteklenmesine yönelik faaliyetler içinde bulunan kurumlardan birkaçı şöyle sıralanabilir;

- T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)
- Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kadın Girişimciler Kurulu (TOBB-KGK)
- Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV)
- Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Girişimcilikte başarı kavramını incelediğimizde görülen rol model gereksinimine daha önceki bölümlerde değinilmiştir. Kadın girişimciler daha başarılı olacak şekilde ekonomik hayatta var olmak için bu rol modele ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Mevcut iş dünyasında bulunan girişimci kadınlarla fikir alışverişlerinde bulunmak ve onların tecrübe ve deneyimlerinden faydalanmak isteyen girişimciliğe yönelim gösteren kadınların arasındaki iletişimin sağlanması önemlidir. Bu iletişim sayesinde rol model ihtiyacı karşılanabilecektir. Birbirlerinin tecrübelerinden faydalanan, fikir alışverişinde bulunabilen, kadın girişimciler, aralarında iletişim ağı oluşturacak ve de birlikte kararlar alarak isteklerini toplu bir şekilde dile getirecek, toplu çabalar göstereceklerdir. (Başol, 2010).

3.5. Türkiye’de Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırması

Uluslararası veriler incelendiğinde, kayıtlı ekonomiler içindeki şirketlerin %25 ila %33’ünün kadın sahipleri olduğu görülmektedir. (Schindehutte ve Dğr, 2003: 94). Dünya Bankası tarafından Orta Doğu ülkelerinde yapılmış olan çalışma verilerinde, toplam 4000 şirketin sahiplerinin %13’ünün kadın olduğu görülmüştür. (Prifti ve

Dğr, 2008). Türkiye'deki verilere baktığımızda ise 1995 - 2005 yılları arasında kadınların kırsal alandaki işgücüne katılım oranı % 49,3'ten % 33,7'ye düşerken, kentlerdeki oran % 17,1'den % 19,3'e çıkmıştır. (TÜİK, 2007: 12-13). Bu sonuç kadınların geleneksel olarak var olduğu tarımsal faaliyetlerden ziyade ekonomik ve ticari faaliyetlere yönelmektedir. (Bedük, 2005: 113).

Kadın girişimci ve çalışanların oranının artışı ile ülkelerin gelişmişlik seviyeleri arasında doğru orantı görülmektedir. Örneğin, Avrupa'da (Avrupa Birliği ve diğer ülkeler), tahminler göstermektedir ki, yaklaşık 16 milyon işverenden, kendi işinde çalışmakta olan kadınların sayısı 10 milyondan fazladır. Amerika'da 9,2 milyon insan için istihdam sağlayanların 6,4 milyonu kendi işinde çalışan kadınlardan oluşmaktadır. Türkiye'de ise kadın girişimci oranının diğer ülkelere (28 Avrupa ülkesi) kıyasla oldukça düşük seviyede kaldığı ve %13 olduğu belirtilmektedir. (Delmar, 2003: 14).

Türkiye'de 2012 yılına ait verilere bakıldığında ise; toplam girişimcilerin % 14,9'unun kadın girişimci, % 85,1'inin erkek girişimci olduğu görülmektedir.

Türkiye'de toplam girişimci içinde kadın ve erkek girişimci sayısı Çizelge 3.5.'de verilmiştir.

Çizelge 3.5. Türkiye’de Toplam Girişimci İçinde Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı

Yıl	Toplam Girişimci İşveren+ Kendi Hesabına Çalışan (Bin)	Kadın Girişimci İşveren+Kendi Hesabına Çalışan (Bin)	%	Erkek Girişimci İşveren+Kendi Hesabına Çalışan (Bin)	%
1989	5498	458	%8,3	5040	%91,7
1990	5734	515	%9,0	5219	%91,0
1991	5750	505	%8,8	5245	%91,2
1992	5933	651	11,0	5282	%89,0
1993	5659	411	%7,3	5248	%92,7
1994	6061	614	10,1	5447	%89,9
1995	6167	534	%8,7	5633	%91,3
1996	6102	509	%8,3	5593	%91,7
1997	6320	581	%9,2	5739	%90,8
1998	6424	555	%8,6	5869	%91,4
1999	6338	644	%10,2	5694	%89,8
2000	6434	730	%11,3	5704	%88,7
2001	6505	809	%12,4	5696	%87,6
2002	6275	824	%13,1	5451	%86,9
2003	6301	758	%12,0	5543	%88,0
2004	5570	539	%9,7	5031	%90,3
2005	5790	717	%12,4	5073	%87,6
2006	5717	729	%12,8	4988	%87,2
2007	5575	692	%12,4	4883	%87,6
2008	5572	693	%12,4	4879	%87,6
2009	5638	826	%14,7	4812	%85,3
2010	5749	904	%15,7	4845	%84,3
2011	5931	903	%15,2	5028	%84,8
2012	5933	882	%14,9	5051	%85,1

Kaynak: TÜİK, 1923-2009 İstatistik Göstergeler, s.142, TÜİK 1923-2010 İstatistik Göstergeler, s.143, TÜİK Türkiye İstatistik Yıllığı 2011, s.171, TÜİK, Türkiye İstatistik Yıllığı 2012, s.183.

2012 yılı itibariyle istatistik göstergelere bakıldığında, işverenleri ve kendi namına çalışanları girişimci olarak düşünürsek toplam çalışan kadın sayısı içinde; işveren kadınların oranı % 1,3, kendi namına çalışan kadınların oranı ise % 10,8, işveren ve kendi namına çalışan kadınların toplam oranı % 12,1'dir. Veriler incelendiğinde kadın girişimci sayısı yıllara göre artış gösterse de hala yeterli seviyeden çok düşük kalmaktadır. Bu sonucun nedenleri eğitim eksikliği, finansal kaynak bulmada zorluk, ataerkil yapı gibi daha önce bahsedilen kadın girişimciye yönelik zorluklardır. (Kurtsan, 2011). Mevcut kadın istihdamının düşük oranda olması da kadın girişimciliğinin önünde engel oluşturmaktadır. 2012 yılındaki verilere bakıldığında kadın istihdam oranının % 26,3 olduğu görülmektedir. (TÜİK, 2014). Düşük olduğu görülen bu oran kadınların potansiyelinden yeterince faydalanılmadığını ortaya çıkarmaktadır. Girişimciliğin başarısını artıran faktörlerden birinin iş deneyimi olduğu düşünüldüğünde, kadın istihdamında artış beraberinde kadın girişimciliğindeki artışı da getirecektir. (Onanç, 2012).

Türkiye'deki girişimci kadınların sektörel tercihleri ve yatırım alanları bölgesel olarak değişmektedir. 2012 yılı itibariyle Türkiye'deki verilere bakıldığında, ülke genelindeki 94 bin işveren kadından; % 78,7'si hizmet sektörü, % 12,8'i sanayi sektörü ve % 8,5'i tarım alanında faaliyet gösteren işletmelere yatırım yapmıştır. Kendi namına çalışan 788 bin kadından ise; % 30,3'ü hizmet sektörü, % 17,3'ü sanayi sektörü, % 52,4'ü tarım alanında faaliyet göstermektedir. Hizmet sektörünün oranlarındaki yükseklik, daha az sermaye gerektirmesi nedeniyle, finansal kaynaklara ulaşmadaki zorluklardan kaynaklanmaktadır. (Kurtsan, 2011). Sanayi sektöründeki düşük oran ise finansal kaynak kısıtlılığı, deneyim eksikliği ve toplumsal yargılar olarak görülebilir. (Ünay, 2011).

4. TÜRKİYE'DE KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLERE YÖNELİK VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Araştırmanın Önemi

Girişimcilik, ekonomiye sağladığı katma değer ve istihdam açısından önemli bir pay sahibidir. Ancak her yıl yüzbinlerce yeni işletme kurulmasına rağmen bunların çok azı başarılı bir şekilde faaliyet gösterebilmektedir. Bu işletmelerin başarı oranlarının artması, ekonomiye pozitif katkısı ve istihdama yönelik artış sağlaması yanı sıra, yenilikçi yaklaşımların da yolunu açmaktadır. Girişimcilere yönelik eğitim, destek ve teşvikler, devlet tarafından sağlanmakla birlikte mevcut girişimcilere yönelik başarı faktörlerinin değerlendirilmesi başarı oranının artışı konusunda büyük önem taşımaktadır.

Girişimcilikte başarıya yönelik çalışmalarda, eğitim, tecrübe, cinsiyet, sektörel seçim, coğrafi bölge gibi pek çok faktör sıralanabilmektedir. Bu gibi faktörlerin değerlendirilmesi ile faktörlere bağlı gerekliliklerin sağlanması, ihtiyaçların giderilmesi veya problemlerin iyileştirilmesi gibi destek faaliyetler sağlanabilmekte, girişimcilikte başarı oranı artırılabilir.

Girişimcilikte başarı değerlendirilmesinde en önemli faktörlerden biri de cinsiyet faktörüdür. Cinsiyet kavramına bağlı olarak sektörel, bölgesel ve yönetsel alanda farklılıklar görülebilmektedir. Cinsiyet faktörüne bağlı etkenlerin değerlendirilmesi sonucu elde edilen veriler ışığında desteklenecek sektörler, bölgeler, avantaj ve dezavantajların belirlenmesi sağlanabilmektedir. Devlet teşviklerinde bu farklılıklara yönelik değerlendirme ve analizler büyük önem arz etmekte, verilerin kullanılması ile başarı oranındaki artış sağlanabilmektedir.

4.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma kapsamında yapılan araştırmanın amacı girişimcilikte cinsiyete bağlı faktörlerin başarılarının karşılaştırılmasıdır. Çalışmada, KOSGEB verilerinden temin edilen bilgiler ile devlet desteklerinden faydalanan kadın ve erkek girişimci

oranlarının saptanması, kadın ve erkek girişimcilerin bölgelere göre oranlarının kıyaslaması ve kadın ve erkek girişimcilerin sektörel tercihlerinin yoğunluğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

Türkiye’de girişimcilik ile ilgili yapılmış olan araştırmalar incelendiğinde; Balaban ve Özdemir tarafından 2008 yılında üniversite eğitiminin girişimciliğe etkisi, Bozkurt tarafından 2007 yılında kişilik yapısının girişimcilik ile etkileşimi, Bilici tarafından 2007 yılında girişimcilerin sorunları ve Betil tarafından 2007 yılında girişimciliğin ekonomik önemi konularının irdelendiği görülmektedir. Son yıllarda ise kadın girişimciliğine farklı perspektiflerden bakılarak oluşturulan çalışmalar, 1997 yılında Sipahi, 2005 yılında Bedük, 2006 yılında Karateke, Kutanis ve Alparslan, 2008 yılında İter tarafından yapılmıştır. Girişimcilikte başarı konusunda yapılan çalışmalar ise epeyce azdır. Başarı ihtiyacının kişilik özellikleri ile ilişkisini inceleyen çalışma Ceylan ve Demircan tarafından, 2002 yılında, başarılı girişimcilikte cinsiyetin rolü üzerine bir çalışma Yelkikalan tarafından 2006 yılında yapılmıştır. Son olarak 2009 yılında Benzing ve arkadaşları tarafından girişimcilikte başarı faktörleri konulu bir çalışma tamamlanmıştır.

Gerçekleştirdiğimiz bu çalışma, girişimcilerin başarılarının artırılması amacıyla, kadın ve erkek girişimcilerin bölgesel etkinliklerini ve sektörel tercihlerini analiz edecektir.

4.3. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamı, 2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerdir. Bu çalışmada kullanılacak veriler, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) verilerinden temin edilmiştir.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, temin edilen verilerin değerlendirilmesi yöntemiyle yapılacaktır. Verilerin değerlendirilmesinde, diskriminant (ayırma) analizi ve faktör analizi kullanılarak değerlendirilecektir. Mevcut verilerin ve analizlerden elde edilen verilerin değerlendirilmesi ve yorumlamasıyla araştırma tamamlanacaktır.

Araştırmada kullanılacak genel veriler, 2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyete göre dağılımları, bölgesel dağılımları ve sektörel dağılımlarıdır. Yıllara göre kadın ve erkek girişimcilerin oranlarındaki değişiklik, bu oran değişikliğinin bölgesel yansıması, bölgesel ve sektörel dağılımların cinsiyet faktörüne bağlı etkileşimleri değerlendirilecektir.

4.5. Araştırmanın Bulguları

Elde edilen bulgular üç ayrı bölümde incelenecektir. Bunlar;

- Kadın ve erkek girişimcilerin oranlarının karşılaştırılması
- Kadın ve erkek girişimcilerin coğrafi oranlarının karşılaştırılması
- Kadın ve erkek girişimcilerin sektörel karşılaştırması

4.5.1. Kadın ve erkek girişimcilerin oranlarının karşılaştırması

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı dağılımı yıllara göre Çizelge 4.1. de verilmiştir.

Çizelge 4.1. 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Dağılımı (Yıllara Göre)

YIL	ERKEK	KADIN	TOPLAM
2012	475	512	987
2013	2837	2779	5616
2014	4644	4633	9277
2015	5800	5472	11272

Kaynak: KOSGEB, 2016

Verilere göre her geçen yıl destekten yararlanan girişimci sayısında artış görülmektedir. Bu artışın destek bilinirliğinin artışıyla orantılı olduğu

düşünülebileceği gibi, söz konusu desteğin girişimciliğe yönlendirdiği de düşünülebilir.

2013 yılında destekten faydalanan girişimci sayısında 2012 yılına göre yüksek oranda artış görülmüş, yıllar arasındaki artış oranı giderek azalma göstermiştir. Bunun nedeni olarak girişimcilik desteğinin bilinirliğindeki artış sebep olarak gösterilebileceği gibi, 2012 yılında yapılan tanıtım programları, talep artışı ve girişimcilik eğitiminin yaygınlaşması ile 2013 yılında yüksek oran artışı sağlanmıştır. Sonraki yıllarda doyum oranına yaklaşım nedeniyle bu oran küçülerek devam etmektedir.

Bu veriler ışığında yapılan değerlendirme sonucu cinsiyete göre yüzdeler Çizelge 4.2. deki gibi hesaplanmıştır.

Çizelge 4.2. 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Yüzdeler Dağılımı (Yıllara Göre)

CİNSİYET	ERKEK		KADIN	
	Frekans	%	Frekans	%
2012	475	48,1	512	51,9
2013	2837	50,5	2779	49,5
2014	4644	50	4633	50
2015	5800	51,5	5472	48,5

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı yüzdeler dağılımı üzerine yapılan hesaplamada ortalama olarak kadın ve erkek girişimcilerin yarı yarıya destekten faydalandığı görülmüştür.

2012 yılında oransal olarak kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden daha fazla destekten yararlandığı görülmekte, bu durum kadın girişimcilerin temel olumsuz faktörlerinden biri olan sermaye yetersizliği konusundaki ihtiyacın destek kapsamında sağlanabildiğini göstermektedir. 2013 yılı ve sonrasında erkek

girişimcilerde, bu destekten faydalanma oranında artış görülmüştür. Ancak, Türkiye’de kadın girişimci oranı düşünöldüğünde destekten yararlanan mevcut kadın yüzdesi önemlidir. Yani söz konusu desteğın girişimcilere sağlamış olduğu eğitim, sermaye ve dolaylı sosyal iletişim, girişimciliği, cinsiyete bağımsız teşvik etmekle birlikte kadın girişimci oranını da artırmaktadır.

KOSGEB’den alınan verilere göre 2012-2015 yılları arasında desteklerden yararlanan net işletme sayısı frekans ve yüzdeleri ile Çizelge 4.3. de değeriendirilmiştir.

Çizelge 4.3. 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Yüzdelik Dağılımı

CİNSİYET	FREKANS	%
ERKEK	9177	52,3
KADIN	8384	47,7

Çizelge 4.3. de görüldüğü üzere erkek girişimci oranı % 52,3, kadın girişimci oranı % 47,7 hesaplanmıştır. Türkiye’de kadın girişimci oranı düşünöldüğünde önemli bir oran olduğu görölmüş, birbirine yakın olan bu oran kadın girişimciliğın ihtiyaçlarına yönelik desteğın sağlandığını ve kadın girişimciliğın desteklendiğini göstermektedir.

4.5.2. Kadın ve erkek girişimcilerin coğrafi oranlarının karşılaştırılması

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitime katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağılı coğrafi dağılımı yıllara göre Çizelge 4.4. ve Çizelge 4.5. de verilmiştir.

Çizelge 4.4. 2012-2013 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Dağılımı

BÖLGELER	2012			2013		
	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam
Akdeniz Bölgesi	42	55	97	274	325	599
Doğu Anadolu Bölgesi	45	35	80	333	224	557
Ege Bölgesi	30	60	90	273	362	635
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	82	55	137	393	226	619
İç Anadolu Bölgesi	67	59	126	435	408	843
Karadeniz Bölgesi	112	142	254	589	589	1178
Marmara Bölgesi	97	106	203	540	645	1185
TOPLAM	475	512	987	2837	2779	5616

Kaynak: KOSGEB, 2016

Çizelge 4.5. 2014-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Dağılımı

BÖLGELER	2014			2015		
	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam
Akdeniz Bölgesi	499	602	1101	665	725	1390
Doğu Anadolu Bölgesi	666	415	1081	795	517	1312
Ege Bölgesi	462	642	1104	631	788	1419
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	588	334	922	796	413	1209
İç Anadolu Bölgesi	740	708	1448	967	912	1879
Karadeniz Bölgesi	818	893	1711	876	895	1771
Marmara Bölgesi	871	1039	1910	1070	1222	2292
TOPLAM	4644	4633	9277	5800	5472	11272

Kaynak: KOSGEB, 2016

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı incelendiğinde, destekten faydalanan girişimcilerin Marmara bölgesinde yoğunlaştığı görülmektedir. Doğru bir değerlendirme yapabilmek için Çizelge 4.6. da 2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB

Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı yüzdeler olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 4.6. 2012-2013 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Yüzdeler Dağılımı

BÖLGELER	2012		2013	
	Erkek (%)	Kadın (%)	Erkek (%)	Kadın (%)
Akdeniz Bölgesi	43,3	56,7	45,7	54,3
Doğu Anadolu Bölgesi	56,3	43,7	59,8	40,2
Ege Bölgesi	33,3	66,7	43,0	57,0
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	59,9	40,1	63,5	36,5
İç Anadolu Bölgesi	53,2	46,8	51,6	48,4
Karadeniz Bölgesi	44,1	55,9	50,0	50,0
Marmara Bölgesi	47,8	52,2	45,6	54,4
TOPLAM	48,1	51,9	50,5	49,5

Çizelge 4.7. 2014-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Coğrafi Yüzdeler Dağılımı

BÖLGELER	2014		2015	
	Erkek (%)	Kadın (%)	Erkek (%)	Kadın (%)
Akdeniz Bölgesi	45,3	54,7	47,8	52,2
Doğu Anadolu Bölgesi	61,6	38,4	60,6	39,4
Ege Bölgesi	41,8	58,2	44,5	55,5
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	63,8	36,2	65,8	34,2
İç Anadolu Bölgesi	51,1	48,9	51,5	48,5
Karadeniz Bölgesi	47,8	52,2	49,5	50,5
Marmara Bölgesi	45,6	54,4	46,7	53,3
TOPLAM	50,1	49,9	51,5	48,5

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi yüzdelik dağılımını incelendiğinde, Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu bölgesinde erkek girişimci oranının kadın girişimci oranından fazla olduğu görülmüş, diğer bölgelerde girişimci oranı ortalama yarı yarıya özelliği göstermiştir. Kırsal kesimlerdeki kültürel faktörler gözönüne alınarak beklenen bir sonuç olduğu düşünülmektedir. Yani kırsal kesimlerde kültürel olarak kadın daha fazla evde çalışmakta, iş hayatı ve girişimciliğe yönelik faaliyetler erkek tarafından gerçekleştirilmektedir. Kadının iş hayatında aktif rol alması kültürel olarak uygun görülmemekte dolayısıyla aile desteği görmemekte ve çevre baskısıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum kırsal bölgelerdeki kadın girişimci sayısının erkek girişimci sayısına göre daha düşük oranda görülmesine sebep olmaktadır.

İç Anadolu Bölgesi dışında tüm bölgelerde her geçen yıl erkek girişimci oranında artış seyrettiği görülmekte, İç Anadolu Bölgesinde bunun tam aksine kadın girişimci oranında artış görülmektedir. Bu durum, girişimci desteğinin, kadın girişimci oranının artmasında, diğer faktörlerden daha az etkilenerek en çok fayda sağladığı bölgenin İç Anadolu Bölgesi olduğunu göstermektedir. Verileri tek tek bölgesel olarak inceleyelim.

4.5.2.1. Akdeniz Bölgesi

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımını incelendiğinde, Akdeniz Bölgesinde 2012 yılında erkek girişimci oranı % 43,3, kadın girişimci oranı % 56,7; 2013 yılında erkek girişimci oranı % 45,7, kadın girişimci oranı % 54,3; 2014 yılında erkek girişimci oranı % 45,3, kadın girişimci oranı % 54,7; 2015 yılında erkek girişimci oranı % 47,8, kadın girişimci oranı % 52,2; olduğu görülmüştür. Ortalama yarı yarıya seyreden kadın ve erkek girişimci oranı gözlemlenmiştir. Her geçen yıl artan erkek girişimci oranına rağmen kadın girişimci oranının büyük olduğu gözlemlenmiştir.

4.5.2.2. Doğu Anadolu Bölgesi

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı incelendiğinde, Doğu Anadolu Bölgesinde 2012 yılında erkek girişimci oranı % 56,3, kadın girişimci oranı % 43,7; 2013 yılında erkek girişimci oranı % 59,8, kadın girişimci oranı % 40,2; 2014 yılında erkek girişimci oranı % 61,6, kadın girişimci oranı % 38,4; 2015 yılında erkek girişimci oranı % 60,6, kadın girişimci oranı % 39,4; olduğu görülmüştür. Erkek girişimci oranınının kadın girişimci oranına göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca kadın girişimci oranı 2014-2015 yılları arasında düşüş göstermiştir. Bu durumun, kadın girişimciyi etkileyen kültürel ve sosyal faktörlerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

4.5.2.3. Ege Bölgesi

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı incelendiğinde, Ege Bölgesinde 2012 yılında erkek girişimci oranı % 33,3, kadın girişimci oranı % 66,7; 2013 yılında erkek girişimci oranı % 43, kadın girişimci oranı % 57; 2014 yılında erkek girişimci oranı % 41,8, kadın girişimci oranı % 58,2; 2015 yılında erkek girişimci oranı % 44,5, kadın girişimci oranı % 55,5; olduğu görülmüştür. Ortalama yarı yarıya seyreden kadın ve erkek girişimci oranı gözlemlenmiştir. Her geçen yıl artan erkek girişimci oranına rağmen kadın girişimci oranınının büyük olduğu gözlemlenmiştir.

4.5.2.4. Güney Doğu Anadolu Bölgesi

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı incelendiğinde, Güney Doğu Anadolu Bölgesinde 2012 yılında erkek girişimci oranı % 59,9, kadın girişimci oranı % 40,1; 2013 yılında erkek girişimci oranı % 63,5, kadın girişimci oranı % 36,5; 2014 yılında erkek girişimci oranı % 63,8, kadın girişimci oranı % 36,2; 2015 yılında erkek girişimci oranı % 65,8, kadın girişimci oranı % 34,2; olduğu görülmüştür. Erkek girişimci oranınının kadın girişimci oranına göre daha fazla olduğu

gözlemlenmiştir. Bu durumun, kadın girişimciyi etkileyen kültürel ve sosyal faktörlerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

4.5.2.5. İç Anadolu Bölgesi

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı incelendiğinde, İç Anadolu Bölgesinde 2012 yılında erkek girişimci oranı % 53,2, kadın girişimci oranı % 46,8; 2013 yılında erkek girişimci oranı % 51,6, kadın girişimci oranı % 48,4; 2014 yılında erkek girişimci oranı % 51,1, kadın girişimci oranı % 48,9; 2015 yılında erkek girişimci oranı % 51,5, kadın girişimci oranı % 48,5; olduğu görülmüştür. Ortalama yarı yarıya seyreden kadın ve erkek girişimci oranı gözlemlenmiştir. Her geçen yıl artan kadın girişimci oranı fark edilmiş, desteğin İç Anadolu Bölgesinde kadın girişimci oranında artış sağladığı görülmüştür.

4.5.2.6. Karadeniz Bölgesi

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı incelendiğinde, Karadeniz Bölgesinde 2012 yılında erkek girişimci oranı % 44,1, kadın girişimci oranı % 55,9; 2013 yılında erkek girişimci oranı % 50, kadın girişimci oranı % 50; 2014 yılında erkek girişimci oranı % 47,8, kadın girişimci oranı % 52,2; 2015 yılında erkek girişimci oranı % 49,5, kadın girişimci oranı % 50,5; olduğu görülmüştür. Ortalama yarı yarıya seyreden kadın ve erkek girişimci oranı gözlemlenmiştir. Her geçen yıl artan erkek girişimci oranına rağmen kadın girişimci oranının büyük olduğu gözlemlenmiştir.

4.5.2.7. Marmara Bölgesi

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı coğrafi dağılımı incelendiğinde, Marmara Bölgesinde 2012 yılında erkek girişimci oranı % 47,8, kadın girişimci oranı % 52,2; 2013 yılında erkek girişimci oranı % 45,6, kadın girişimci oranı % 54,4; 2014 yılında erkek girişimci oranı % 45,6, kadın girişimci oranı % 54,4; 2015 yılında erkek girişimci oranı % 46,7, kadın girişimci oranı % 53,3; olduğu görülmüştür.

Ortalama yarı yarıya seyreden kadın ve erkek girişimci oranı gözlemlenmiştir. Her geçen yıl artan erkek girişimci oranına rağmen kadın girişimci oranının büyük olduğu gözlemlenmiştir.

4.5.3. Kadın ve erkek girişimcilerin sektörel karşılaştırması

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı Çizelge 4.8. de verilmiştir.

Çizelge 4.8. 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Sektörel Dağılımı

SEKTÖR	ERKEK	KADIN	TOPLAM
Bilgi ve İletişim	329	89	418
Diğer Hizmet Faaliyetleri	666	1279	1945
Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi	20	4	24
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	286	283	569
İmalat	2399	1772	4171
İnşaat	533	107	640
Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri	1058	1486	2544
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	8	3	11
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	1036	577	1613
Su Temini, Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri	21	3	24
Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara	2757	2765	5522
Ulaştırma ve Depolama	64	16	80
TOPLAM	9177	8384	17561

Kaynak: KOSGEB, 2016

Veriler incelendiğinde 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin yoğun olarak imalat sektöründe ve toptan ve perakende ticaret sektöründe yoğunlaştığı görülmektedir. Hem kadın hem de erkek girişimcilerde sektörel tercih olarak en fazla toptan ve perakende ticaret sektörü görülmüş, ikinci sırada imalat sektörü yer almıştır. İmalat sektöründe erkek girişimciler kadar yoğun olmasa da kadın girişimcilerin önemli oranda tercih gösterdiği görülmüştür.

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı yüzdeler olarak Çizelge 4.9. da hesaplanmıştır.

Çizelge 4.9. 2012-2015 Yılları Arasında KOSGEB Girişimcilik Destek Programı Kapsamında Destekten Yararlanan Girişimcilerin Cinsiyet Faktörüne Bağlı Sektörel Yüzdeler Dağılımı

SEKTÖR	ERKEK (%)	KADIN (%)
Bilgi ve İletişim	78,7	21,3
Diğer Hizmet Faaliyetleri	34,2	65,8
Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtım	83,3	16,7
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	50,3	49,7
İmalat	57,5	42,5
İnşaat	83,3	16,7
Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri	41,6	58,4
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	72,7	27,3
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	64,2	35,8
Su Temini, Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri	87,5	12,5
Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı	49,9	50,1
Ulaştırma ve Depolama	80,0	20,0
TOPLAM	52,3	47,7

Veriler incelendiğinde kadın girişimci oranının en yüksek olduğu sektörün diğer hizmet faaliyetleri olduğu, ikinci sırada konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerinin geldiği görülmektedir. Erkek girişimci oranı ise İnşaat sektöründe ve Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtım sektöründe olduğu görülmüştür. Kültürel faktörler, toplumda cinsiyet rolleri gibi etmenlere bağlı olduğu düşünülebilmektedir. Bu da sektörel seçimlerde dış faktörlere bağlılığı göstermektedir.

Oranları etmenlere göre yorumlayabilmek için sektörlere tek tek göz atalım.

4.5.3.1. Bilgi ve iletişim

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, bilgi ve iletişim sektöründe erkek girişimci oranının % 78,7, kadın girişimci oranının % 21,3 olduğu görülmüştür. Bilgi ve iletişim sektörü erkek girişimcilerin tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir. Teknolojik gelişmeler göz önüne alındığında ülke ekonomisi için gelişmesi gereken bilgi ve iletişim sektörü kadın girişimcinin desteklenmesi gereken faaliyet alanlarından biridir.

4.5.3.2. Diğer hizmet faaliyetleri

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, diğer hizmet faaliyetlerinde erkek girişimci oranının % 34,2, kadın girişimci oranının % 65,8 olduğu görülmüştür. Hizmete yönelik faaliyetler kadın girişimcilerin tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir. Toplumun cinsiyetlere biçmiş olduğu roller ve kültürel etmenlerin bu tercih oranlarını etkilediği düşünülmektedir.

4.5.3.3. Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektöründe erkek girişimci oranının % 83,3, kadın girişimci oranının % 16,7 olduğu görülmüştür. Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektöründe erkek girişimcilerin

tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir. Toplumun cinsiyetlere biçmiş olduğu roller ve kültürel etmenlerin bu tercih oranlarını etkilediği düşünülmektedir.

4.5.3.4. İdari ve destek hizmet faaliyetleri

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitime katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, idari ve destek hizmet faaliyetlerinde erkek girişimci oranının % 50,3, kadın girişimci oranının % 49,7 olduğu görülmüştür. İdari ve destek hizmet faaliyetleri sektöründe erkek ve kadın girişimcilerin tercih oranlarının denk olduğu görülmektedir. Eğitime bağlı sektörlerden biri olarak düşünüldüğünde bu denklik öngörülebilmektedir.

4.5.3.5. İmalat

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitime katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, imalat sektöründe erkek girişimci oranının % 57,5, kadın girişimci oranının % 42,5 olduğu görülmüştür. İmalat sektöründe erkek girişimci oranının daha yüksek olması ile birlikte oranlar birbirine yakın seyretmektedir. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi yönünde üzerinde durulması gereken sektörlerden biridir.

4.5.3.6. İnşaat

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitime katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, inşaat sektöründe erkek girişimci oranının % 83,3, kadın girişimci oranının % 16,7 olduğu görülmüştür. İnşaat sektörü erkek girişimcilerin tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir. Toplumun cinsiyetlere biçmiş olduğu roller ve kültürel etmenlerin bu tercih oranlarını etkilediği düşünülmektedir.

4.5.3.7. Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitime katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde,

konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerinde erkek girişimci oranının % 41,6, kadın girişimci oranının % 58,4 olduğu görülmüştür. Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri sektöründe erkek girişimci oranının daha yüksek olması ile birlikte oranlar birbirine yakın seyretmektedir.

4.5.3.8. Madencilik ve taş ocakçılığı

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, madencilik ve taş ocakçılığı sektöründe erkek girişimci oranının % 72,7, kadın girişimci oranının % 27,3 olduğu görülmüştür. Madencilik ve taş ocakçılığı sektörü erkek girişimcilerin tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir. Toplumun cinsiyetlere biçmiş olduğu roller ve kültürel etmenlerin bu tercih oranlarını etkilediği düşünülmektedir.

4.5.3.9. Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetlerde erkek girişimci oranının % 64,2, kadın girişimci oranının % 35,8 olduğu görülmüştür. Meslek, bilimsel ve teknik faaliyetler sektörü erkek girişimcilerin tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir.

4.5.3.10. Su temini, kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, su temini, kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetlerinde erkek girişimci oranının % 87,5, kadın girişimci oranının % 12,5 olduğu görülmüştür. Su temini, kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri sektörü erkek girişimcilerin tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir. Toplumun cinsiyetlere biçmiş olduğu roller ve kültürel etmenlerin bu tercih oranlarını etkilediği düşünülmektedir.

4.5.3.11. Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı sektöründe erkek girişimci oranının % 49,9, kadın girişimci oranının % 50,1 olduğu görülmüştür. Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı sektöründe erkek ve kadın girişimcilerin tercih oranlarının denk olduğu görülmektedir.

4.5.3.12. Ulaştırma ve depolama

2012-2015 yılları arasında KOSGEB Uygulamalı Girişimci Eğitimine katılarak işletmelerini kuran ve KOSGEB Girişimcilik Destek Programı kapsamında destekten yararlanan girişimcilerin cinsiyet faktörüne bağlı sektörel dağılımı incelendiğinde, ulaştırma ve depolama sektöründe erkek girişimci oranının % 80, kadın girişimci oranının % 20 olduğu görülmüştür. Ulaştırma ve depolama sektörü erkek girişimcilerin tercihlerinde yoğun olarak görülmektedir. Toplumun cinsiyetlere biçmiş olduğu roller ve kültürel etmenlerin bu tercih oranlarını etkilediği düşünülmektedir.

5. SONUÇ

Girişimcilik ülke ekonomisine katkı ve istihdam sağlama yapısıyla önemini sıkça vurguladığımız bir kavramdır. Girişimciliğin artırılması ve girişimcilikte başarının ülke ekonomisine pozitif etki sağlayacağı ve istihdam yaratacağı açıktır. Devlet kurumları ve özel yapılanmalar, girişimciliğin artırılması ve girişimcilikte başarı sağlanması için çeşitli destek ve teşvik projeleri oluşturmakta ve uygulamaktadır. Bu teşvik ve destek projelerinin doğru oluşması ve uygulanmasında bilimsel çalışmaların, veri ve analizlerin değerlendirmeleri önem taşımaktadır.

Girişimcilere yönelik çalışmalar yapılırken, girişimciliği etkileyen faktörler göz önünde bulundurulmaktadır. Eğitim, kültürel etkenler, cinsiyet, toplumsal algılar gibi birçok faktör girişimciliği ve girişimcilikte başarıyı etkilemektedir. Girişimcilikte yer alan sermaye ihtiyacı, tecrübe gibi gereklilikler bu faktörlerden etkilenmekte ve daha girişim aşamasında engel oluşturabilmektedir. Girişim aşaması gerçekleştirildiğinde ise başarı üzerinde etkili kavramlar olmaktadır.

Girişimciliği etkileyen önemli faktörlerden biri de cinsiyet faktörüdür. Cinsiyet faktörü çocuk yaşlardan itibaren eğitim olanağı, toplumda biçilen rol, kültürel değerler gibi kavramlarla yaşamı etkilemekte, bu etki ise kendini girişimcilikte de göstermektedir. Bu etki tek yönlü olarak düşünülmemelidir. Toplumun biçtiği roller ve kültürel değerler hem kadın girişimcileri hem de erkek girişimcileri etkilemektedir. Toplumsal değerler kadın mesleği-erkek mesleği gibi bir ayrımcılığı getirebilmekte bu ayrımcılık erkek mesleği olarak nitelendirilen grupta kadınların iş yapmasını engellediği gibi, kadın mesleği olarak nitelendirilen grupta da erkeklerin iş yapmasını engelleyebilmektedir.

Girişimcilikte cinsiyet faktörünü etkileyen etmenlerden en önemli ikisi, yaşanan coğrafi bölge ve tercih edilen sektördür. Yaşanılan bölgenin kültürel değerlerine, eğitim olanaklarına, toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak kadın ve erkek girişimcilik oranları etkilenmektedir. Yine girişimcilik kavramı değişik sektörlerde farklı oranlarda kendini göstermektedir. Toplumda erkek mesleği olarak kabul

görmüş bir sektörde kadın girişimci yoğunluğu az olduğu gibi, kadın mesleği olarak kabul görmüş bir sektörde erkek girişimci yoğunluğunun az olduğu gözlemlenmektedir.

Yapılan çalışmada, öncelikle KOSGEB desteğinden faydalanan girişimcilerin cinsiyet kavramı ile ilgili veriler analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda KOSGEB desteğinden faydalanan kadın ve erkek girişimci oranları denklik göstermiştir. Bu sonuç ile coğrafi dağılım ve sektörel seçim etmenleriyle ilgili verilerin sonuçlarının daha net kıyaslanması da sağlanmıştır.

Girişimcilerin coğrafi dağılımına yönelik veriler ve analizler sonucunda, kırsal kesimlerde, yani Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi, erkek girişimci oranının kadın girişimci oranından fazla olduğu verisi elde edilmiştir. Bu farklılık Ege Bölgesi gibi sahil bölgelerinde tam aksi yönde gözlemlenmiş, kadın girişimci oranı erkek girişimci oranına göre fazlalık göstermiştir. Alınan sonuçlar yaşanan coğrafi bölgenin girişimciliğe etkisine ortaya koymanın yanı sıra, geleneksel kültürün etkilerini de gözlemlemeyi sağlamıştır.

Girişimcilerin sektörel dağılımı incelendiğinde, toplumsal olarak erkek mesleği olarak görülen sektörlerin yoğun şekilde erkek girişimciler tarafından tercih edildiği, kadın mesleği olarak görülen sektörlerin de kadın girişimciler tarafından yoğun şekilde tercih edildiği görülmüştür. Bu analiz ile toplumsal cinsiyet rolleri etkeninin ciddi oranda girişimciliği ve sektörel seçimi etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen verilerin yorumlanmasıyla, girişimcilikte cinsiyeti etkileyen iki unsur, coğrafi bölge ve sektörel seçim faktörlerinin etkileri incelenmiştir. Özellikle Geleneksel kültür, toplumun cinsiyet rolleri gibi etmenlerin kadın ve erkek girişimcilerin sektörel tercihleri ve başarıları konusunda etkileri gözlemlenmiştir.

Çalışmanın sonucu olarak, KOSGEB verilerinden temin edilen bilgiler ile devlet desteklerinden faydalanan kadın ve erkek girişimci oranlarının saptanmış, kadın ve erkek girişimcilerin bölgelere göre oranlarının kıyaslanması ve kadın ve erkek girişimcilerin sektörel tercihlerinin yoğunluğu belirlenmiştir.

KAYNAKLAR

- Aldrich, H. ve Zimmer, C.** (1986). Entrepreneurship Through Social Networks, SEXTON, D. L./ SMILOR, R.W. (eds.), The Art and Science of Entrepreneurship (Cambridge, Massachusetts: Ballinger Publishing Company).
- Anafarta, N., Sarvan, F., Yapıcı, N.** (2008). Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 15
- Akın, A.** (2010). İnsan Sermayesi Kaynakları Açısından Girişimci Özellikleri (Anadolu Girişimcileri Üzerine Bir Araştırma), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı:26 Nisan 2010.
- Akın, A. ve Demirel, S.** (2003). Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Sağlığa Etkileri, Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, Sayı: 25.
- Aksu, B.** (2008). Sivil Toplum Kuruluşları için Toplumsal Cinsiyet Rehberi, Odak Ofset Matbaacılık, Ankara.
- Altman, Y. ve Shortland, S.** (2008). Women and International Assignments: Takind Stock, A 25 Year Review, Human Resource Management, Sayı: 2.
- Ayaz, N.** (1993). Türkiye’de Çalışan Kadınların Sorunlarına Yönelik Bir İnceleme (Tekstil İşkolundan Örnekler), D.E.Ü. İ. İ.B.F. Dergisi, Sayı: 8/1.
- Aycan, Z.** (2004). Üç Boyutlu Cam Tavan: Kadınların Kariyer Gelişiminde Kim,Kime, Neden Engel Oluyor?,
www.aneyiz.biz/haber/haberdtl.php?hid=1809
- Aytaç, Ö.** (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:15 Ağustos 2006.

- Aytaç, Ö. ve İlhan, S.** (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 18.
- Aytek, H.** (2008). 360 Modüler Girişimcilik – Nitelikli Girişimci İçin Yol ve Yöntemler, Atölye Omsan Yayınevi, İstanbul.
- Başol, O.** (2010). Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- Baraz, B.** (2006). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Ölçütleri, 2. Aile İşletmeleri Kongresi Kitabı, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. A., Katz, J. A.** (2007). Entrepreneurship As an Area of Psychology Study: An Introduction, The Psychology of Entrepreneurship, Ed. J. Robert Baum, Michael Frese, Robert Baron, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Bedük, A.** (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 12.
- Bektaş, Ç. ve Köseoğlu, M. A.** (2007). Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı: 13.
- Betil, İ.** (2007). Ekonomik ve Sosyal Alanda Girişimcilik, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Sayı: 2.
- Bilge, H. ve Bal, V.** (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 2012/2, Sayı:16.

- Bilici, N.** (2007). Erzurum Alt Bölgesindeki KOBİ'lerin Mevcut Durumları, Sorunları ve Çözüm Önerileri, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens. Dergisi, Sayı: 10.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K.** (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Journal of Entrepreneurship and Development, Cilt:8 Sayı:2.
- Brindley, C.** (2005). Barriers to Women Achieving Their Entrepreneurial Potential: Women and Risk, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Sayı: 11.
- Bruni, A., Gherardi, S., Poggio, B.** (2004). Entrepreneur-Mentality, Gender and the Study of Women Entrepreneurs, Journal of Organizational Change Management, Sayı: 17.
- Brush, C. G.** (2008). Pioneering Strategies for Entrepreneurial Success, Business Horizons, Sayı: 51.
- Buttner, H. E. ve Rosen, B.** (1988). Bank Loan Officers' Perceptions of the Characteristics of Men, Women and Successful Entrepreneurs, Journal of Business Venturing, Sayı: 3.
- Cam, E.** (2003). Türk İstihdam Politikasında Çalışan Kadınlar ve Uygulanan Politikalar 2: İstihdam Politikaları, Çelik-İş Sendikası Aylık Yayın Organı, 3/ 13.
- Can, Y. ve Karataş, A.** (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği, Selçuk Üniversitesi Karamana İ.İ.B.F.Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı.

- Cassis, Y. ve Minoglou, I. P.** (2005). Entrepreneurship in Theory and History: State of the Art and New Perspectives, Entrepreneurship in Theory and History, Ed. Youssef Cassis – Pepelasis I. Minoglou, Palgrave – Macmillan, New York.
- Chen, C. C., Greene, P. G., Crick, A.** (1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?, Journal of Business Venturing, Sayı: 13.
- Cin, H. ve Günay, G.** (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Journal of Entrepreneurship and Development, Cilt:8 Sayı:2.
- Cooper, A. C. ve Artz, K. W.** (1995). Determinants of Satisfaction for Entrepreneurs”, Journal of Business Venturing, Sayı: 10.
- Çakıcı, A.** (2004). Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yönetim Bilimleri Dergisi (1:3) 2004 Journal of Administration Sciences.
- Çelebi, N.** (1997). Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler (Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü).
- Çelik, A. ve Akgemici, T.** (1998). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M.** (2001). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma, 1. Orta Anadolu Kongresi (Nevşehir).
- Davidsson, P.** (1995). Determinants of Entrepreneurial Intentions, (Italy: Paper presented at the Rent IX Conference).
- De Groot, T.U.** (2001). Women Entrepreneurship Development in Selected African Countries (Austria: UNIDO).

- Delmar, F.** (2000). The Psychology of the Entrepreneur, CARTER, S./ JONES-EVANS, D. (eds.), Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy (Harlow England: Pearson Education Ltd.)
- Delmar, F.** (2003). Women Entrepreneurship: Assessing Data Availability and Future Needs, Workshop on Improving Statistics on SMEs and Entrepreneurship to be held at OECD Headquarters, Paris.
- DeMartino, R. ve Barbato, R.** (2002). Differences Between Women and Men MBA Entrepreneurs: Exploring Family Flexibility and Wealth Creation as Career Motivators”, Journal of Business Venturing, Sayı: 18.
- DeNoble, A.F., Jung, D., Ehrlich, S.** (1999). Entrepreneurial Self-Efficacy: The Development of a Measure and Its Relationship to Entrepreneurial Action, Frontiers for Entrepreneurship Research.
- Doğan, B.** (2007). Örgüt Kültürü, Beta Yayın Evi, İstanbul.
- Doğan, İ.** (2002). Sosyoloji: Kavramlar ve Sorunlar, Pegem A Yayıncılık, Ankara.
- Doğramacı, B.** (2006). Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler ve Giresun Örneği, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya.
- DPT.** (2006). Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Resmî Gazete, Sayı: 26215.
- Ecevit, Y.** (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Ed. Aypar Altınel, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ecevit, Y.** (2007). Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım, Uluslar Arası Çalışma Ofisi, Ankara.
- Giddens, A.** (2005). Sosyoloji, Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş, Phoenix Yayınevi, Ankara.

- Gökakın, Z.Ö.** (2000). Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Girişimci Kadın Profili, 8. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Nevşehir.
- Gözek, S. ve Akbay, C.** (2012). Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimleri ve Sorunları, KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi / KSU Journal of Social Sciences 9 (2) 2012.
- Griffin, N. S.** (2005). Yönetim Geliştirme Çabalarınızı Kişiselleştirin, Harward Business Review - Lider Geliştirme, çev. Barış Özçorlu, Mess Yayınlar, No:456, İstanbul.
- Güldal, D.** (2006). Kadın Yöneticileri Motive ve Demotive Eden Faktörlerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma (Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi)
- Gürol, M. A.** (2000). Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler, Atılım Üniversitesi Yayınları No:2, Ankara.
- Gürol, M. A. ve Marşap, A.** (2007). Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın, Bilig, Sayı: 42.
- Henry, C., Hill, F., Leitch, C.** (2003). Entrepreneurship Education and Training, Ashgate, England.
- Hisrich, R.D. ve Peters, M.P.** (2002). Enterpreneurship (USA: Mcgraw-Hill Irwin).
- Hofstede, G.** (2001). Culture’s Consequence: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations, Sage Publications, United Kingdom.
- İlhan, S.** (2005). Bazı Değişkenler Açısından Elazığ’da Girişimci Profili, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 1.

- İlter, B.** (2008). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Afyonkarahisar.
- Johnson, M. M.** (1990). Functionalism and Feminism: Is Estrangement Necessary, Theory on Gender: Feminism on Theory, Ed. Paula England, Walter de Gruyter Inc, NewYork.
- Kansız, N. ve Acuner, Ş.A.** (2008). Üretim ve İstihdama Katılımda Kadının Yeri, Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi, Sayı: 20.
- Karagöz, M.** (2009). Girişimcilik Profili Araştırması: Isparta İli Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta.
- Karar No: 2015/18.** (2015). Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018.
- Karateke, G.** (2006). Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- Kaya, C.** (2009). Çalışma Yaşamında Kadın Sorunları ve Örgütlenme Eğilimleri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir.
- Keleş, H., Özkan, T., Doğaner, M., Altunoğlu, A.** (2011). Ön lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Yıl:5 Sayı:9, Yaz 2012 ISSN 1307-9832.
- Keskin, S.** (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (9:1) 2014 Journal of Entrepreneurship and Development.

- Kılıç, R., Keklik, B., Çalış, N.** (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2012, C: 17, S: 2, s.423-435.
- Kisfalvi, V.** (2002). The Entrepreneur's Character, Life Issues, and Strategy Making, a Field Study, Journal of Business Venturing, Sayı: 17.
- Kocacık, F. ve Gökkaya, V.B.** (2005). Türkiye'de Çalışan Kadınlar ve Sorunları, C.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 6 /1.
- Kurtoğlu, R.** (2015). Türkiye Ekonomisi (1838-2010), Orion Kitapevi, İstanbul.
- Kutunis, R. Ö.** (2003). Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler, 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı (Afyon).
- Kutunis, R. Ö.** (2005). Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği, Sakarya Üniversitesi, İİBF., İşletme Bölümü.
- Kutunis, R. Ö. ve Alparslan, S.** (2006). Girişimci ve Yönetici Kadınların Profili Farklı mıdır?, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı:2.
- Lee, S. Y., Florida, R., Acs, Z. J.** (2004). Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation, Regional Studies, Sayı: 38.
- Minniti, M. ve Arenius, P.** (2003). Women In Entrepreneurship," The Entrepreneurial Advantage Of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium (United Nations Headquarters).
- Morçin, S.E.** (2013). Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendirme, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Journal of Entrepreneurship and Development, Cilt:8 Sayı:2.
- Morrison, A.** (2000). Entrepreneurship: What Triggers It?, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, Sayı: 6-2.

- Müftüoğlu, M. T.** (1989). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, A.Ü. Siyasal Bilimler Fakültesi, II Baskı 1989.
- Müslümov, A.** (2002). 21. Yüzyılda Türkiye’de KOBİ’ler Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri, Literatür Yayıncılık.
- Narin, M., Marşap, A., Gürol, M. A.** (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma, Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 8 /1.
- Nayır, D.Z.** (2008). İşi ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri, Ege Akademik Bakış, Sayı: 8 /2.
- Odabaşı, Y.** (2005). Girişimcilik, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567, Eskişehir
- OECD,** (2004). Small and Medium-Sized Enterprises in Turkey: Issues and Policies, OECD Publication, France.
- OECD,** (2005). Türkiye’deki Dinamik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Geliştirilmesine ve Finansmanına Yönelik Çerçeve, OECD Publication, İstanbul.
- Oosterbeek, H., Praagg, M., Ljsselstein, A.** (2009). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivations, European Economic Review, Sayı: doi:10.1016/j.eurocorev.2009.08.002
- Ören, K.** (2003). Avrupa Birliği ve Türkiye’nin Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (KOBİ) Sağladığı Devlet Teşvikleri ve Kullanım Alanlarının Karşılaştırılması Nevşehir İlinde Bir Uygulama, C.Ü İ.İ.B.F Dergisi, Cilt 4, Sayı 2.

- Örücü, E., Kılıç, R., Kılıç, T.** (2007). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Sayı: 14 /2.
- Özal, H.** (2009). Türkiye’de Girişimcilik Teşvikleri ve Yeterliliği Ankara’da Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A.** (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü, E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi, Sayı: 28.
- Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A.** (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 32, 82 Ocak-Haziran 2009, ss.81-95
- Özkalp, E., Arıcı, H.** (2002). Davranış Bilimlerine Giriş, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1355, Eskişehir
- Özkaya, M.** (2010). Kadın Girişimcilere Yönelik “Strateji Geliştirmede” Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak Mümkün mü?, Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu.
- Özkan, Ş., Gündoğdu, F., Emsen, S., Aksu, H.** (2003). Türkiye’de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi.
- Özkul, G.** (2008). Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya- Burdur- Isparta İllerinde (İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi Kobi’lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme, T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Isparta 2008.
- Öztürk, H.** (2002). Sosyolojik Yansımalar, Nobel Yayınevi, Ankara

- Parlak, B.** (2005). Girişimcilik, TC Hayat Dergisi, Sayı: Aralık 2004
- Prifti, C., Simantiraki, S., Wagner, J.H.** (2008). Middle East Local and Regional Woman Entrepreneurship, Centre for Mediterranean and Middle Eastern Studies.
- Rauch, A. ve Frese, M.** (2000). Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and An Overview of Findings, In C.L. Cooper ve I.T. Robertson (Eds.), International Review of Industrial and Organizational Psychology, Chichester: Wiley, 2000, Sayı:108.
- Sargut, A.** (2001). Kùltùrler Arası Farklılaşma ve Yönetim, İmge Kitabevi, Ankara
- Sarı, B.** (2009). KOBİ'lerde Büyüme Stratejileri: Çaycuma Bölgesindeki KOBİ'lere Bir Anket Çalışması, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Zonguldak.
- Schnall, P., Dobson, M., Rosskam, E.** (2009). Conclusion: Curing Unhealthy Work, Unhealthy Work: Causes, Consequences, Cures, Ed. Peter L.Schnall, Dobson Marnie, Ellen Rosskam, Baywook Publishing Company, New York.
- Schindehutte, M., Morris, M., Brennan, C.** (2003). Entrepreneurs and Motherhood: Impacts on Their Children in South Africa and The United States, Journal of Small Business Management, Sayı: 41/1.
- Sipahi, E.** (1997). Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul
- Siyve, O.Ç.** (2004). Kadın-Erkek Liderlik Tarzları ve Cam Tavan, Tügiad Elegans Magazin, Sayı:66, Mart-Nisan, www.elegans.com.tr/arsiv/66/haber018.html

- Sönmez, A. ve Toksoy, A.** (2014). Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz, Yönetim ve Ekonomi, Cilt:21 Sayı:2, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa.
- Soysal, A.** (2010a). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 2010, 5(1), 71-95.
- Soysal, A.** (2010b). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi.
- Şahin, E.** (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.
- Şekerler, H.** (2006). Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya.
- T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008**
Yetki ve Karar Alma Sürecinde Kadın, Fersa Ofset, Ankara
Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008 – 2013, Fersa Ofset, Ankara
Politika Dokümanı: Kadın ve Eğitim, Fersa Ofset, Ankara
Politika Dokümanı: Kadın ve Ekonomi, Fersa Ofset, Ankara
Politika Dokümanı: Kadın ve Yoksulluk, Fersa Ofset, Ankara
- Taylor, S. ve Newcomer, J.** (2005). Characteristics of Woman Small Business Owners, International Handbook of Woman and Small Business Entrepreneurship, Ed. Sandra L. Fierdman, Marilyn J. Davidson, Edward Eldar Publishing, UK.

- Toksöz, G.** (2007). İşgücü Piyasasının Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Analizi ve Bölgeler Arası Dengesizlikler, Çalışma ve Toplum, Sayı: 4.
- Toprak, Z.** (1982). Türkiye’de Milli İktisat (1908-1918), Yurt Yayınları, Ankara.
- TÜİK,** (2007). Online Erişim Adresi:
<http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/vt/vt.htm>
- Türk, E.** (2006). Online Erişim Adresi:
<http://kariyerim.milliyet.com.tr/detay.asp?id=1393>
- TÜSİAD,** (2002). TÜSİAD, Türkiye’de Girişimcilik. (Yayın No:TÜSİAD-T/2002-12/340, Aralık, 2002).
- UÇÖ,** (2007). Örgütlenme Özgürlüğü, Genel-İş Matbaası, Ankara.
- Uluköy, M., Demireli, C., Kahya, V.** (2013). KOSGEB Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Journal of Entrepreneurship and Development, Cilt:8 Sayı:2.
- Uygun, M., Mete, S., Güner, E.** (2012). Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, 2012 ISSN: 1309 -8039 (Online)
- White, R., Thornhill, S., Hampson, E.** (2006). Entrepreneurs and Evolutionary Biology: The Relationship Between Testosterone and New Venture Creation, Organizational Behavior and Human Decision Processes, Sayı: 100
- Wirth, L.** (2001). Breaking Through The Glass Ceiling: Women in Management, International Labour Office, Geneva.
- Yalçıntaş, M.** (2010). Çağımızda Girişimcilik, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (5:1) 2010 Journal of Entrepreneurship and Development .

- Yalkıkan, N.** (2006). Başarılı Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın Girişimciler, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, c.1, sy.1, ss. 45-54.
- Yamaoğlu, A.** (2008). Toplumsal Cinsiyet Analizi, Tokat İli Örneği, Gazi Osmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Tokat.
- Yener, M. ve Aykol, S.** (2009). Girişimcilik Değerleri ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2009, C.14, S.1 s.255-271.
- Zapalska, A. ve Fogel, G.** (1998). Characteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurs, Journal of Private Enterprise, Sayı: 19/2.
- Zhao, F.** (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation, International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research, Sayı:11/1.

ÖZGEÇMİŞ

ÜMMÜGÜLSÜM VURAL

BAŞAKŞEHİR 4.ETAP 1.KISIM L 40 BLOK DAİRE 16

BAŞAKŞEHİR - İSTANBUL

Tel: 0505 852 81 07

E-posta: gulsum.k.v@gmail.com



KİŞİSEL BİLGİLER

Doğum Tarihi : 25.02.1984

Doğum Yeri : ELAZIĞ

Medeni Hali : Evli (1 Çocuk)

Ehliyet : B sınıfı (12.06.2007)

EĞİTİM BİLGİLERİ

Lise **Bakırköy Lisesi**
Türkçe -Matematik

Lisans **Eskişehir Anadolu Üniversitesi**
İşletme Fakültesi

Yüksek Lisans **İstanbul Aydın Üniversitesi**
İnsan Kaynakları Programı(Tezli)

İŞ DENEYİMİ

01.02.2015 Devam Biruni Üniversitesi, İstanbul

Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü

Üniversitenin mezunlarının, çalışanlarının ve toplumun her kesimindeki birey ve kurumların sürekli öğrenim imkânlarından yararlanabilmeleri için, ulusal ve uluslararası ihtiyaç duyulan alanlara öncelik vererek, her türlü eğitim ve öğretim programları, kurs, seminer ve sertifika programları ve etkinlikler düzenlemek. Üniversite ile özel sektör ve kamu sektöründeki kuruluşlar arasında işbirliği yaparak eğitim hizmeti sunmak.

Biruni Üniversitesi öğrencilerinin kariyer planlamasının yapılması, staj sağlama, kariyerlerini izleme, psikolojik danışma & rehberlik hizmetlerinin oluşturulması.

01.07.2007 -30.01.2015 İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul

Sürekli Eğitim Merkezi Koordinatörü

Üniversite sanayi işbirliği kapsamında kamu özel sektör ilişkisini sağlamak. Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezinin seminer, sertifika, meslek edindirme, beceri kazandırma, ulusal ve uluslararası eğitim programları oluşturmak, organize etmek, yürütülmesini sağlamak. Kamu ve özel sektör eğitim alım ihalelerinin takibini yapmak, teklif hazırlamak. Öğrencilerimizin meslek sahibi olabilmeleri için kurslar düzenlemek. Kariyer ve sosyal sorumluluk projeleri geliştirip, uygulanmasını sağlamak.

Üniversite & Çözüm Ortakları; Yüksek Lisans-Dış Hekimliği – Mezun Yerleştirme-Yerinde Uygulama-Sürekli Eğitim Merkezi kurumsal anlaşma, protokol, ihale ve projelerini geliştirip uygulanmasını sağlamak.

12.2004 – 06.2006 Bakırköy Bil Dershanesi, İstanbul

Kurs Koordinatörü, Yabancı Dil –Bilgisayar Programları

BİLGİSAYAR BİLGİSİ

Bilgisayar İşletmenlik 18.01.2005-17.03.2005 MEB Sertifikalı(Öğretmenlik Stajı Kalktı)

Bilgisayarlı Muhasebe11.07.2005-02.08.2005 MEB Sertifikalı

YABANCI DİLLER

** İngilizce (yazma2 – okuma2 – konuşma :2)

KURS VE SEMİNERLER

18.02-03.03.2013	Eğitimcinin Eğitimi Sertifika Programı
30.04-01.05 2011	Medya Okulu-Etkili ve Güzel Konuşma Sertifika Programı
27.04-26.05.2013	İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Uzmanlığı Sertifika Programı
18-22.01.2010	Liderlik Okulu Sertifika Programı
12-22 Şubat 2015	Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi (KOSGEB)

SEMİNERLER

10.12.2012	Türkiye Üniversiteler arası 1.Havacılık Çalıştayı
10.03.2014	Ar-Ge Sosyal Projeler
25.08.2005	Cutting Edge
26.07.2012	Etkili İletişim
31.07.2012	İnsan Tanıma Sanatı
29. 11. 2013	17024 Kalite Yönetim Sistemleri
28.07.2012	Satış Pazarlama ve Müşteri İlişkileri
15 Nisan 2013	SGMD – Yurt Dışı Borçlanması
26.05.2005	Sınav Kaygısı ile Başa Çıkma
04.08.2012	Topluluk Önünde Konuşma ve Hitabet Sanatı
21.07.2012	Yazışma Kuralları
07.08.2012	Zor İnsanlarla Başa Çıkma

PROJE VE SORUMLULUKLAR

6. Uluslararası Tıbbi Hipnoz Kongresi Organizasyon Sorumluluğu.

Yeşilay Cemiyeti İhale dosyasının hazırlanması/İmzalanması/İstanbul'daki tüm liselerde eğitimlerin yürütülmesi

Liderlik Okulu Tanıtım ve Organizasyon Sorumluluğu/400'ün üzerinde Belediye Başkanı'nın katıldığı The Marmara Otel ve Afyon'da gerçekleştirilen eğitim programda üniversitenin tanıtılması.

KOSGEB-İŞ-KUR Organizasyon Sorumluluğu/Program hazırlanması, teklif sunulması

İBB Genç Kariyer Günleri/ Organizasyon Sorumluluğu/Program hazırlanması ve eğitim planının oluşturulması.

PTT/ Organizasyon Sorumluluğu/Program hazırlanması, teklif sunulması, eğitim planının yürütülmesi.

Marmara Belediyeler Birliği/ Organizasyon Sorumluluğu/Eğitim programı oluşturup, yürütülmesi.

Aras Kargo Organizasyon Sorumluluğu/Eğitim programı ve teklifi sunmak.

A.101 Yeni Mağazacılık Bölge Müdürleri-Bölge Sorumluları-Yönetici Gelişim Programı

KARACA Züccaciye Mağaza Yönetimi Sertifika Programı-İstihdam Garantili

Tempo Lojistik Çağrı Merkezi-Lojistik Destek Elemanı Programları İstihdam Garantili

Simit Sarayı Akademisi Restaurant Yöneticisi-Servis Elemanı-Eğitici Eğitimleri İstihdam Garantili

İŞ-KUR Mimarsinan Aşçılık Okulu İstihdam Garantili

Çıtır Usta Akademisi

Servis Elemanı-Çağrı Merkezi İstihdam Garantili

Metro Group

Organizasyon Sorumluluğu/Program hazırlanması, teklif sunulması, eğitim planının yürütülmesi.

Hava Harp Okulu

2009-2014 –Yabancı Dil Eğitimleri

İSOV Okulları

2009-2013-Yabancı Dil Eğitimleri

TÜRK-İŞ

Sendika Akademisi (Türkiye’de İlk)

Türk Metal Sendikası

2008-2014 Eğitimleri

REFERANSLAR:

İstenildiği takdirde verilecektir.