



T.C

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ ETKİLEYEN MOTİVASYONEL FAKTÖRLER:
KONYA İLİ ÖRNEĞİ**

Hazırlayan

Özge Betül KIRÇİCEK

İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Doç. Dr. Oğuzhan AY TAR

KARAMAN 2021

	ENSTİTÜ TEZ ONAY FORMU	Doküman No	FR-285
		İlk Yayın Tarihi	05.02.2018
		Revizyon Tarihi	27.10.2020
		Revizyon No	01
		Sayfa No	1/1

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ ETKİLEYEN MOTİVASYONEL FAKTÖRLER: KONYA İLİ ÖRNEĞİ

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 29 / 01 / 2021

Bu tez, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 07/ 01 /2021 tarih ve 01/01 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.



Hazırlayan

Kalite Sistem Onayı

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca ve tez çalışmamı hazırlama sürecimde bilgi birikimi, tecrübesi ve yol göstericiliğiyle her zaman hoşgörü ile desteğini esirgemeyen ve öğrencisi olmaktan onur duyduğum danışmanım Sayın Doç. Dr. Oğuzhan AY TAR'a katkılarından dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tüm hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini esirgemeyerek beni cesaretlendiren, evlatları olmaktan büyük gurur duyduğum sevgili anneme, babama ve canım kardeşime;

Bu süreçte her zaman yanımda olan, beni her daim destekleyen, bilgi ve fikirleri ile yolumu aydınlatan sevgili eşim Tuna KIRÇİCEK'e en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

ÖZET

Girişimcilik ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişimlerine etki eden en önemli faktörlerden biridir. Özellikle söz konusu kadın girişimciliği olduğunda girişimciliğe verilen değer ve önem daha da artmaktadır. Bu çalışmanın amacı motivasyon kavramı ile kadın girişimciliğini bir arada değerlendirerek, kadınları girişimci olmaya sevk eden motivasyon faktörlerini ortaya koymak ve elde edilen motivasyonel faktörlerin kadın girişimciliği üzerindeki öneminin anlaşılmasını sağlamaktır. Bu kapsamda girişimcilik, kadın girişimciliği ve motivasyon kavramları çeşitli yönleriyle incelenmiş, kadın girişimciliği açısından motivasyonun önemi ve kadın girişimciliğini etkileyen motivasyonel faktörler ele alınmıştır. Araştırmanın ana kütesini Konya ilinde faaliyette bulunan bilinçli kadın girişimciler oluşturmaktadır. İletişim kurulan kadın girişimcilere yüz yüze ve internet tabanlı anket formu uygulanmıştır. Elde edilen anket formlarından 188 tanesi değerlendirmeye uygun bulunmuştur. Araştırma sonucunda kadınları girişimciliğe motive eden en önemli faktörün kendini gerçekleştirme isteği, kadınları girişimciliğe en az motive eden faktörün ise cam tavan sendromu olduğu, motivasyonel faktörlerin kadın girişimcilerin yaş değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar taşıdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Motivasyon, Motivasyonel Faktörler.

ABSTRACT

Entrepreneurship is one of the most important factors affecting the economic and social development of countries. Especially when it comes to women entrepreneurship, the value and importance get even more. The aim of this study is to evaluate the concept of motivation and women entrepreneurship together, to reveal the motivational factors that encourage women to become entrepreneurs and to provide understanding of the importance of the motivational factors obtained on women entrepreneurship. In this context, the concepts of entrepreneurship, women entrepreneurship and motivation were examined in various aspects, the importance of motivation in terms of women entrepreneurship and motivational factors affecting women entrepreneurship were. The main groundmass of the research consists of women entrepreneurs operate in Konya. A face-to-face and internet-based questionnaire was applied to women entrepreneurs contacted. 188 of the questionnaire forms obtained were found suitable for evaluation. As a result of the research it was determined that the most important factor motivating women to entrepreneurship was the desire to realize yourself , the least factor motivating women to entrepreneurship was glass ceiling syndrome, that motivational factors differ statistically significant according to age variable of women entrepreneurs.

Key Words: Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Motivation, Motivational Factors

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR DİZİNİ	ix
TABLolar DİZİNİ	x
GRAFİKLER DİZİNİ	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM**GİRİŞİMCİLİK**

1.1. Girişimcilikle İlgili Temel Kavramlar	4
1.2. Girişimciliğin Önemi	11
1.3. Girişimcilerin Özellikleri	13
1.4. Girişimcilikte Başarısızlık Nedenleri	18
1.5. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları	20
1.5.1. Girişimciliğin Avantajları	20
1.5.2. Girişimciliğin Dezavantajları	22
1.6. Girişimcilik Türleri	23
1.7. Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü	28
1.7.1. Cinsiyet ve Rol Tutumları	28
1.7.2. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar	29

1.8.	Girişimciliği Etkileyen Faktörler	31
1.8.1.	Ailenin Etkisi.....	32
1.8.2.	Eğitimin Etkisi.....	33
1.8.3.	Çevrenin Etkisi	34
1.8.4.	Psikolojik Faktörler.....	34
1.8.5.	İş Deneyimi ve Rol Modellerin Etkisi	35
1.8.6.	Yasal, Siyasal ve İdari Faktörler.....	36
1.8.7.	Din Faktörü.....	37
1.8.8.	Yaş ve Cinsiyet Faktörü.....	37
1.9.	Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	38
1.9.1.	Dünyada Girişimcilik.....	38
1.9.2.	Türkiye’de Girişimcilik.....	41

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİşİMCİLİğİ, KADIN GİRİşİMCİLİğİNİ ETKİLEYEN

MOTİVASYONEL FAKTÖRLER

2.1.	Kadın Girişimciliği Kavramı.....	45
2.1.1.	Kadın Girişimciliğin Tanımı.....	45
2.1.2.	Kadın Girişimciliğinin Önemi	47
2.1.3.	Kadın Girişimcilerin Özellikleri	49
2.2.	Kadın Girişimci Türleri.....	52
2.3.	Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar	55
2.3.1.	Eğitim ve Tecrübe Eksikliği	56

2.3.2. Finansal Zorluklar	56
2.3.3. Bürokratik Engeller	57
2.3.4. Toplumsal ve Çevresel Tepkiler	59
2.3.5. Örgütlenme	59
2.3.6. Rol Çatışması	60
2.3.7. Zaman Kısıtı.....	61
2.4. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlara Karşı Çözüm Önerileri	61
2.5. Türkiye’de Kadın Girişimciliği	65
2.6. Kadın Girişimciliği İle Motivasyon Arasındaki İlişki	69
2.6.1. Motivasyon Kavramı	69
2.6.2. Kadın Girişimciliği Açısından Motivasyonun Önemi	72
2.7. Başlıca Motivasyon Teorileri	73
2.7.1. Kapsam Teorileri.....	73
2.7.2.Süreç Teorileri	75
2.8. Kadın Girişimciliğini Etkileyen Motivasyonel Faktörler	78
2.8.1. Olumlu Motivatörler.....	79
2.8.2. Olumsuz Motivatörler	82
2.9. Kadın Girişimciliğine Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar	85
2.9.1. Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA)	86
2.9.2. Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGİAD).....	87
2.9.3. Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı (KEDV)	87

2.9.4. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	88
2.9.5. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)	89
2.9.6. Kadın Girişimci Derneği (KAGİDER).....	89
2.9.7. Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü (İŞKUR).....	90
2.9.8. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOOB).....	90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİCİLİĞİNİ ETKİLEYEN MOTİVASYONEL FAKTÖRLERE

YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Literatür Taraması	92
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	95
3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları.....	96
3.4. Ana Kütle ve Örneklem Seçim Metodu.....	97
3.5. Veri Kaynakları ve Veri Toplama Yöntemi.....	98
3.6 Bulgular.....	99
3.6.1. Araştırmaya Cevap Veren Katılımcılara Ait Demografik Veriler	99
3.6.2. Güvenilirlik Analizi Bulguları	105
3.6.3. İfadelere Verilen Cevapların Normal Dağılıma Uygunluk Testleri.....	105
3.6.4. Tutumlara Yönelik Bulgular	106
3.6.5 Tutum Farklılıkları Analizi.....	110
3.6.6. Değerlendirme Sorularına Yönelik Bulgular	119
SONUÇ.....	122

KAYNAKÇA.....	129
EKLER	142



KISALTMALAR DİZİNİ

BM	:	Birleşmiş Milletler
İŞKUR	:	Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü
KAGİDER	:	Kadın Girişimci Derneği
KEDV	:	Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
KOSGEB	:	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	:	Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü
MEKSA	:	Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı
SBB	:	Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı
TDK	:	Türk Dil Kurumu
TOOB	:	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜGİAD	:	Türkiye Genç İş Adamları Derneği
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
Vb.	:	Ve benzeri
Vd.	:	Ve diğerleri

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması	30
Tablo 2. Girişimcilik ve Girişimci Tanımlarının Yıllar İçindeki Gelişimi	40
Tablo 3. Beynin Sağ ve Sol Bölümlerinin Özellikleri.....	52
Tablo 4. Kadınların İşgücüne Katılma Oranları - 2015/2019 (%)	66
Tablo 5. 11. Kalkınma Planı 2023 Yılı Kadın Hedefleri	68
Tablo 6. Kadınları Girişimciliğe Teşvik Eden Olumlu ve Olumsuz Motivatörler	79
Tablo 7. Kadın Girişimciliğine Destek Olan Resmi ve Özel Kuruluşlar	86
Tablo 8. Kadın Girişimcilerin Demografik Bilgilerine Göre Dağılımları	99
Tablo 9. Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi.....	105
Tablo 10. Katılımcıların Girişimci Olmada Etkili Olan Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	106
Tablo 11. Katılımcıları Motive Eden Faktörlerin Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	107
Tablo 12. Katılımcıların İş Kurma Aşamasında Karşılaştıkları Sorunların Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	108
Tablo 13. Katılımcılara Göre Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özelliklerin Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	109
Tablo 14. Yaş Durumuna Göre Farklılıkların Analizi.....	110
Tablo 15. Eğitim Durumuna Göre Farklılıkların Analizi	111
Tablo 16. Çalışan Kişi Sayısına Göre Farklılıkların Analizi	112
Tablo 17. İşletmenin Kuruluş Yılına Göre Farklılıkların Analizi.....	113
Tablo 18. Sermaye Kaynağına Göre Farklılıkların Analizi	114
Tablo 19. Medeni Duruma Göre Farklılıkların Analizi.....	115
Tablo 20. Yabancı Dil Durumuna Göre Farklılıkların Analizi	116
Tablo 21. Hipotezlerin Kabul/Red Durumları	117

Tablo 22. Katılımcıların İşleri İle İlgili Gelecek Planlarına Ait Bulgular	119
Tablo 23. Katılımcıların Kişisel İmajlarının ve Özgüvenlerinin Gelişimine Ait Bulgular ...	120
Tablo 24. Katılımcıların Girişimciliği Diğer Kadınlara Tavsiye Etme Durumlarına Yönelik Bulgular	121



GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1. Katılımcıların Yabancı Dil Bilgilerine Yönelik Sonuçlar	103
Grafik 2. Katılımcıların Girişimcilik Üzerine Eğitim Programına Katılımlarına Yönelik Bulgular	103
Grafik 3. Katılımcıların Girişimci Olmadan Önce ki İş Yaşantılarına Yönelik Sonuçlar	104
Grafik 4. Katılımcıların Devletten Beklentilerine Yönelik Bulgular	119



GİRİŞ

İnsanlık tarihinin temellerine kadar dayanan girişimcilik kavramı toplumların gelişip büyümesinde etkili olan önemli bir konudur. İnsanların ilk çağlardan günümüze kadar hayatta kalabilmek ve ihtiyaçlarını karşılamak için gerçekleştirdikleri çiftçilik, hayvancılık gibi faaliyetler insanların ilk çağlarından beri girişimci olduklarını ortaya çıkarmaktadır. Günümüz dünyasında yaşanan bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, üretim sistemleriyle birlikte rekabetin dinamiklerini de köklü bir şekilde değiştirmiştir. Meydana gelen bu değişimler işletme bilimi çerçevesinde pek çok alanda olduğu gibi girişimcilik alanına da farklı bir boyut katmıştır. Günümüzde bireylerin girişimci olabilmesinin önemli koşulları risk ve sorumluluk alabilmek ve bu sorumluluğu kaldırabilecek bilgi birikimine sahip olmaktır.

1980’li yıllarla birlikte büyük bir artış gösteren girişimcilik erkekleri etkilediği kadar kadınlarında dikkatini çekmeyi başarmıştır. Günümüzde, iş hayatında yer alan bireylerin demografik şemasında meydana gelen farklılaşmalar kadınlara da tesir ederek, onları çalışma hayatının önemli unsurlarından biri yapmıştır. Sanayi devri dönemine gelinceye dek kadınların sorumlulukları bariz bir biçimde ev ve el işi olarak betimlenmişken, sonraki yıllarda kadınların sosyal hayattaki konumunda önemli farklılaşmalar meydana gelmiştir. Son dönemlerde ise sosyal hayatın her kesiminde büyük bir atak ve etkinlik içerisinde bulunan kadınlar iş dünyasında da yerlerini gittikçe büyüyen bir oranda arttırmaktadırlar. Kadınlar bünyelerinde barındırdıkları bilgi ve tecrübelerini kullanabilme, özgür olabilme, rahat iş saatlerine sahip olabilme, sosyal sorumluluklarında farklılıklar yaratarak önemlerini arttırabilme, para karşılığında çalışmak yerine kendi işletmeleriyle finansal kaynaklarını sağlamak ve benzeri sebeplerle bireysel işletmelerini hayata geçirme çabası içerisine girmektedirler. Ülkemizde kadın girişimcilerle alakalı olarak meydana gelen problemlerin temelinde, toplumsal ve sosyal alanda kadın sorumluluklarının belirli bir kalıba oturmuş olması, aldıkları eğitimin eksikliği, aile sorunları, çalışma ağırlığının yüksek olması, maddi

kaynak bulma zorluğu, güven kazanmak için erkeklere nazaran daha çok uğraş vermelerinin gerekmesi gibi sebepler bulunmaktadır.

Girişimci aday, içerisinde girişimci olmak için gereken tüm özellikleri ve isteği barındıran ancak bu doğrultuda henüz bir faaliyette bulunmamış olan kişi olarak tanımlanabilir. Bu tanımlama içerisinde yer alan kişileri tanıyabilmek, onların risk ve başarı kavramlarına yönelik fikirlerini motivasyonel etkenler içerisinde değerlendirmek büyük bir öneme sahiptir. Bireylerin girişimciliğe duydukları istek ve arzuların gerçekleşmesi, girişimcilik yolunda bazı bireylerin başarılı olurken diğerlerinin başarıyı yakalayamaması ve girişimci olmaktan vazgeçmesi, zorlu ve engellerle dolu girişimcilik alanında motivasyonun hayati öneme sahip belirleyici bir etken olduğunu göstermektedir. Girişimcilerin yürütmüş oldukları faaliyetler belirli planlar çerçevesinde oluşturulan ve belirli bir amaca hizmet eden faaliyetlerdir. Bu faaliyetlerin şekillendirilerek başarıya ulaşabilmesi için motivasyon faktörlerinden de faydalanılır. Girişimcilik alanı üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda, girişimci adaylarını ve özellikle kadın girişimcileri motive eden faktörlerle ilgili yeterli düzeyde çalışmanın bulunmadığı görülmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, motivasyon kavramı ile kadın girişimciliğini bir arada değerlendirerek, kadınları girişimci olmaya sevk eden motivasyon faktörlerini ortaya koymak ve elde edilen motivasyonel faktörlerin kadın girişimciliği üzerindeki öneminin anlaşılmasını sağlamaktır. Çalışma kapsamında kadın girişimcilerin sahip oldukları özellikler ve motivasyon faktörleri demografik değişkenler açısından yordanmaktadır. Elde edilen sonuçların kadın girişimciliğine yönelik bireysel çabalara, kurumsal program ve desteklere rehber olması beklenmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde; girişimcilikle ilgili temel kavramlar, girişimciliğin önemi, özellikleri ve türleri, girişimciliğin sağladığı avantaj ve dezavantajlar, girişimciliği etkileyen faktörler ve son olarak girişimciliğin tarihsel gelişimi gibi başlıklar incelenmeye

alışılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde; kadın girişimciliği kavramı, kadın girişimciliğinin önemi, özellikleri ve türleri, işlerini kurarken karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara karşı zm nerileri, Türkiye’de kadın girişimciliği, kadın girişimciliği ile motivasyon arasındaki ilişki ve kadın girişimciliğini etkileyen motivasyonel faktörler, son olarak da kadın girişimciliğine destek veren kurum ve kuruluşlara yer verilmiştir.

Çalışmanın nc bölümünde ise kadınların girimcilikle ilgili düşüncelerini belirlemek, kadın girişimcilerin sahip oldukları karakteristik özellikleri ortaya çıkarmak ve kadın girişimcileri motive eden faktörler ile bu faktörlere etki eden değişkenleri saptamak amacıyla gerçekleştirilen anket çalışmasına yer verilmiştir. Konya ilinde bulun kadın girişimciler ile gerçekleştirilen anket çalışması neticesinde elde edilen sonuçların değerlendirilmesi de bu bölümde yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

1.1. Girişimcilikle İlgili Temel Kavramlar

Girişim Kavramı

Girişim kelimesi bir işe girişme veya teşebbüs anlamlarına gelmektedir. Girişim, bireylerin ihtiyaçlarını sürekli kılarak karşılamak için, emek, sermaye, doğal kaynaklar ve girişimci aktörleri bir araya getirerek mal ve hizmet üretmek amacıyla oluşturulan ekonomik birimlerdir. Girişimin üç ana görevi, üretim, satış ve bu görevleri gerçekleştirebilmek için gerekli fon ihtiyacını sağlayan finansmandır (Özyılmaz, 2016: 5). Girişim kavramını anlamak için yalnızca globalleşmiş veya sektöründe geniş bir paya sahip olan şirketleri incelemek yanlış olacaktır. Çünkü market veya mobilya mağazası gibi küçük ölçekli işletmelerde piyasa için bir girişim sayılmaktadır (Uca, 2019: 3). Ayrıca herhangi bir işletmeye yeni katılan bir bireyin gerçekleştireceği yeni oluşumlar veya işletme içerisinde yapacağı değişimlerde girişim kavramının anlaşılmasında faydalanılabilecek emsallerdir (Tanrısever, 2004: 6).

Girişim faaliyeti ise, girişimcilerin meydana getireceği yeni oluşumları planlaması, bu oluşumlar için finansal kaynak yaratması ve planlarını hayata geçirmesi sürecini kapsamaktadır. Ancak girişimcinin bu planları, kuracağı işin belirli bir alanda ki ihtiyacı gidermek, o alanda yaşanan aksaklıkları düzeltmek ya da işin kurulacağı alana yeni değişiklikler getirmek gibi şartları taşıdığı zaman gerçekleşecek ve girişim süreci başlamış olacaktır (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 302).

Süreklilik sağlayan, toplumsal ve ekonomik bir birim olarak tanımlanan girişimin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Özyılmaz, 2016: 5):

- Girişimin esas amacı fayda ve kazanç sağlamaktır.
- Girişim, belirli bir ücret karşılığında satmak amacıyla mal ve hizmet üretir ya da fon sağlar.
- Girişim hukuki bir kavram olup, tüzel kişiliğe sahiptir.
- Finansal bir kavram olan girişimin kendine ait varlıkları ve bu varlıkları karşıladığı öz kaynakları ve yabancı kaynakları vardır.

Girişimci Kavramı

Girişimci sözcüğü, TDK'ya göre; “*ticaret, endüstri vb. anlamlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis*” anlamlarına gelmektedir (TDK, 2020). Girişimci kelimesi İngilizcede “enter (giriş)” ve “pre (ilk)” sözcüklerinin bir araya getirilip “entrepreneur” şeklinde kavramlaştırılmasıyla meydana gelmiştir. Bu kelimenin Türkçe’de ki karşılığı “ilk girişen, başlayan” şeklinde anlamlandırılmaktadır (Tikici ve Demirel, 2010: 223). Girişimci oluşabilecek yeni olanakları görebilen, alanıyla ilgili araştırmalar yaparak çeşitli tasarımlar ve örgütlenme adına gerekli olan şartları yerine getirebilen aynı zamanda mevcut olanaklar çerçevesinde faaliyetlerde bulunup bu faaliyetlerin sürekliliğini sağlayabilen kişi veya kişiler şeklinde tanımlanmaktadır (Önel, 2018: 258). Farklı bir tanımda ise girişimci, eksiklikleri ortadan kaldırmak için ürün ve hizmet üretimini sağlamak amacıyla gerekli olan faktörleri bir araya getirebilen kişi şeklinde nitelendirilmektedir (Durukan, 2006: 29). Girişmek fiilinden ortaya çıkmış olan girişimci bir şey yapmak anlamındadır. Girişimci kelimesi ilk olarak araştırmacı, mimar, maceracı, risk alan, tarım ile ilgilenen kişiler için kullanılmıştır. Daha sonralarda ise sanayi alanında faaliyetlerde bulunan sermaye sahibi kişiler için kullanılmıştır (Özyılmaz, 2016: 6).

Literatürde girişimci kelimesi için yapılmış tanımlamalar incelendiğinde çeşitli ortak noktalar bulunmuştur. Buna göre girişimci (Özyılmaz, 2016: 7):

- Yönetici ve karar vericidir.
- Yenilik yapan ve işi organize eden kişidir.
- Risk alan bir yöneticidir.
- Piyasada fırsat yaratır.
- Kapitalisttir.
- Belirsiz olan durumlardan fırsatlar yaratır.

Girişimcilerin fonksiyonları ise aşağıdaki gibidir (Cici, 2013: 18-19);

- Üretim için gerekli bileşenleri bir araya toplayarak ürün veya hizmet üretmek.
- Ürünün kalitesini arttırmak.
- Çeşitli yeni pazarlar bulabilmek.
- Yeni üretim metotları araştırıp geliştirmek.
- Çevreye ayak uydurmak.
- Yeni dağıtım yolları keşfetmek.
- Dünyada meydana gelen değişim ve gelişimleri takip ederek haberdar olmak ve bu değişim ve gelişimlere adapte olmak.
- İşletmenin politikasını belirlemek.
- Yeni ürün ve hizmet araştırması içerisinde olmak.

Bir bireyin girişimci olarak adlandırılabilmesi için ilk olarak bir işletme kurma faaliyeti içerisinde olması, sonra işletmeyi hayata geçirmesi ayrıca kurduğu işletmenin tüm sorumluluklarını alarak idaresini şahsen yürütmesi gereklidir. Her girişimci işletme kurarken kâr elde etmeyi temel hedefi olarak görmektedir. Girişimcinin işletmesinden kâr sağlayabilmesi için içerisine girdiği piyasa hakkında gerekli olan bilgi ve tecrübeleri bünyesinde bulundurması, aynı zamanda işletmesinin tüm organizasyonlarını idare edebilmesi için yönetim kabiliyetine de sahip olması gerekmektedir. Bu şekilde girişimci işletmesinden

kazanç elde ettiği gibi kurduğu işletmenin büyümesini de sağlayacaktır (Tekin, 2009: 2). Ancak girişimci ödemekle yükümlü olduğu vergi tutarlarını ödemez, hitap ettiği ve içerisinde olduğu pazardaki insanları yanlış ifadelerle kandırarak mal veya hizmet pazarlamaya çalışırsa ya da sunduğu hizmet veya ürüne olması gerekenin çok üzerinde fiyatlamalar yaparak kazanç elde etmeye çalışırsa kısa bir süreliğine nicel başarılar elde edebilir. Fakat girişimcinin elde ettiği bu başarı; imaj, itibar ve değer gibi maddi olmayan konular odağında işletme sürekliliğe katkı sunmayacaktır. Girişimcinin başarı kriterleri arasında kurduğu işletmenin sürekliliğine yönelik önemli stratejilere sahip olmasıdır.

Girişimcilerin gerçekleştirdiği faaliyetler neticesinde önceden piyasaya sunulmamış mal ve hizmetlerin ortaya çıkarılması sağlanmaktadır. Girişim kavramı düşünüldüğünde akla içerisinde olunan piyasada ortaya çıkan değişim ve yeniliklerin sürekli bir biçimde izlendiği ortam gelmelidir. Eğer girişimci içerisinde bulunduğu ortamda ki değişimleri iyi takip ederek yorumlayabilirse piyasanın yönelimini önceden sezebilir ve hali hazırda bulunan ürün ve hizmetlerde değişiklikler yaparak, hitap ettiği bireylerin ihtiyaçlarına uygun yeni ürünler ortaya çıkarabilir. Bununla birlikte girişimci yeni ürün veya hizmet oluşturmada sadece mevcut ürünlerin üretim aşamasında değişiklikler yaparak ciddi miktarlarda gelir elde edebilecektir. Girişimci ürün veya hizmet sağladığı pazarı ayrıca gerçekleştirdiği organizasyonlarını faaliyet gösterdiği ülke sınırları dışına çıkarabilirse hem kazanç miktarını arttırabilecek hem de yeni ürünler çıkarabilmek için gerekli olan hammaddelere ulaşma imkânına da sahip olacaktır (Uca, 2019: 8- 9).

Girişim faaliyetlerine adım atmış ve pazara ürün veya hizmet sağlamaya başlamış bir girişimci rekabet unsurunun da daima farkında olmalıdır. Girişimci bir kişinin faaliyetlerinde diğer girişimcilerle rekabet ortamına girmeden gelir elde etmesi olanaksızdır. Bu nedenle girişimci rekabet ortamından başarıyla çıkmak istiyorsa inovasyon süreci hakkında yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması gerekmektedir. Ayrıca başarılı bir girişim organizasyonun

oluşturulabilmesi için girişimcilerin üzerinde durması gereken bazı noktalar bulunmaktadır. Bu noktalardan birincisi girişimcinin etrafındaki faaliyetleri ve yeni oluşumları detaylı bir biçimde inceleyerek çıkarımlarda bulunabilme kabiliyetidir. Böylelikle girişimci değişen ve gelişen çevreye işletmesini olabildiğince hızlı bir şekilde adapte edebilecek ve rekabet ortamında rakiplerinden geri kalmamış olacaktır. Diğer bir nokta ise girişimcilerin kendilerinde geliştirmeleri gereken özellikleri ve yetenekleri ile ilgilidir. Girişim faaliyeti içerisinde yer alacak kişi ortaya çıkabilecek risklere karşı mantıklı önlemler alabilecek yeteneğe sahip olmak, yeniliğe ve değişime inanarak bunları gerçekleştirebilmek için hislerinden yardım alabilmek, işletmesini yeni alanlara sokarken gereken cüretkârlığa sahip olmak ayrıca işletmesini geliştirerek başarıya taşıyabilmek için gerekli olan dinamikliğe sahip olmak gibi özelliklerini geliştirmelidir. Girişimci işletmesini nasıl yöneteceğini ve hangi riskleri alıp alamayacağını da iyi bilmelidir. Bu özellikleri bünyesine katan ve geliştiren girişimciler hedeflerine ulaşarak kurdukları işletmenin başarısını devamlı kılacaklardır (Tekin, 2012: 3-4).

Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramının tanımı ilk olarak 1759 senesinde İrlanda asıllı Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Richard Cantillon'un yaptığı tanıma göre girişimci bulunduğu sektör içerisinde önemli bir yeri olan ve sektörün ortaya çıkardığı istekleri, ayrıca ihtiyaç dengesini sağlayan kişidir (Ubuz, 2019: 4). Girişimciliğin kelime anlamı, bir girişimci olma faaliyeti içinde bulunmak şeklindedir (Erdun, 2011: 8). Girişimcilik kavramı, dilimize İngilizce bir kelime olan “entrepreneurship” kavramından geçmiş olmakla beraber bir şirketi veya kurumu yöneten, bu işi yaparken de oluşabilecek tehlikelerin sorumluluğunu alan kişi şeklinde tanımlanmaktadır. Dilimizde ise bu kelime “Üstlenmek” anlamına gelmektedir (Öztemel, 2019: 5).

Girişimcilik tarih boyunca her medeniyet tarafından kendi kùltürlerine göre farklı anlamlandırılmıştır. Bununla birlikte girişimcilik içerisinde bulunduğu alana göre de farklı anlamlar kazanabilmektedir. Örnek vermek gerekirse girişimcilik bir sağlık çalışanı çerçevesinden incelendiğinde sağlık çalışanının kabiliyetlerini geliştirebilmesi adına gerekli olan çalışma ortamında ve şahsi hayatlarında gerçekleştirilen yenilikler olarak, bir ekonomist için incelendiğinde de çeşitli verileri toplayıp inceleyerek bir çıktı oluşturabilme yeteneği olarak tanımlanabilmektedir (Yılmaz ve Sünbül, 2009: 196).

Girişimcilik bünyesinde barındırdığı, liderlik eden, yönlendiren, planlayan, kararlarını kendi alabilen vb. özelliklerle yönetim biliminin; sorumluluk sahibi, özgün, özgüven sahibi, girişken ve benzeri özelliklerle psikoloji alanının; satış alanları oluşturmaya çalışan, daha önce keşfedilmemiş iş dalları ortaya çıkarabilen, mevduat alanları oluşturan gibi özellikleriyle de ekonomi alanının çalışma konusu olmayı başarmıştır (Er, 2012: 3). Girişimcilik faaliyetleri ekonomiye pozitif yönde katkılar sağladığı, istihdam yarattığı ve bireylerin hayat standartlarını yükselterek refah düzeylerini arttırdığı için ayrıca girişimciliğe yeni adım atacak bireylerin gösterdiği ilgi nedeniyle de girişimcilik daima ilgi duyulan bir konu olmuştur. Bu nedenle birçok araştırmacı girişimcilik üzerine çalışmalar yapmış, bunun sonucunda da girişimcilik kavramıyla ilgili çeşitli tanımlamalar yapılmıştır (Özal, 2009: 3).

Yapılan literatür taramalarında araştırmacıların girişimcilikle ilgili yaptığı tanımlamalar aşağıda ki gibidir;

- Girişimcilik; olanakları sezme, bu sezgiden çeşitli düşler ortaya çıkartma, düşleri hayata geçirme ve insan hayatını kolaylaştırma kapasitesine sahip olmaktır (Önel, 2018: 257).
- Girişimcilik; gereken süreyi ve ihtiyaç duyulan finansal kaynakları sağlayarak, faaliyetlerin doğuracağı sonuçların sorumluluğunu üstlenerek, kendi kendine

başarabilme isteği ve hırslarını tatmin edebilme isteğiyle maddi gelir elde edebilmeyi hedefleyen bireylerin yeni bazı iş alanları meydana getirme sürecidir (Hisrich ve Peters, 2002: 32).

- Girişimcilik; ortaya çıkabilecek tehlikelerin sorumluluğunu üstlenebilen, inovasyon yeteneğine sahip, yapılan faaliyetler esnasında oluşabilecek avantajları gözden kaçırmayan ve bunları iyi bir şekilde değerlendirebilen bireylerin bu süreçte gerçekleştirdikleri faaliyetlerin tümüne verilen addır (Aksoy, 2019: 111).
- Girişimcilik, yenilik meydana getirerek, fark yaratacak yetenekler kullanarak veya herhangi bir biçimde, yeni bir mal, hizmet, kaynak, teknoloji ve piyasalar keşfederek, değerler ortaya çıkartmaktır (Uluyol, 2013: 351).
- Girişimcilik mevcut işin devamlı ve bir meslek olarak idame ettirilebilmesidir (Yaşar, 2017: 6).
- Girişimcilik, kişinin yaşadığı çevrede ki olanakları ve fırsatları görerek bunlardan yeni işler üretmesi, bu işleri hayata geçirerek zenginlikler ortaya çıkarması ve insan hayatını kolaylaştırma kabiliyetine sahip olmasıdır (Erdoğan, 2013: 168).
- Girişimcilik en kısa anlamıyla düşünceleri ortaya koyma, bu düşünceleri mal veya hizmete çevirme, sonrasında da piyasaya sunma işlerinden meydana gelmektedir (Zhao, 2005: 26).

Kavramla alâkalı olarak gerçekleştirilen tüm tanımlamalarda kesişen nokta girişimciliğin ortaya çıkan ekonomik olanakların yeni değerlere çevrildiği bir süreç şeklinde ele alınmasıdır. Girişimsel aşamalar genel hatlarıyla olanakların görülerek bir iş düşüncesinin ortaya çıkartılması, bu iş için gereken finans kaynaklarının sağlanması ve geliştirilen iş fikrinin hayata geçirilerek yönetilmesi gibi aşamalardan oluşmaktadır (Özyılmaz, 2016: 12). İçerisinde bulunduğumuz dönemde girişimcilik, modern ve geleneksel bütün alanlarda ki firmalarda, küçük ve büyük kapasiteli işletmelerde ayrıca farklı alanlar içinde geçerli bir

kavram olarak değerlendirilmektedir (Ağca ve Yörük, 2006: 157). Girişimcilik ülke ekonomileri için büyük öneme sahip olup, girişimciler ise iş dünyasının ve ülkesel kalkınmanın lokomotifi olarak kabul görmektedirler (Erdun, 2011: 8).

1.2. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik; ekonomik hacmin artması, kalkınma ve bireysel refahın kaynağı olması, ayrıca istihdam olanakları yaratmak ya da oluşturmak açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir (Yeşilçimen, 2020: 295). Girişimci yeni fikirlerin ortaya çıkarılmasını, yaygınlaşmasını ve uygulanmasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstri alanlarının ortaya çıkmasını sağlar, teknolojik gelişmeleri takip eden ve kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızlı bir şekilde gelişen sektörler meydana getirdiği için ekonomik olarak büyümeyi de hızlandırır (Özyılmaz, 2016: 26).

Girişimcilik, birçok ülkede ciddi bir sorun olan işsizliğe önemli bir çözüm olanağı doğurduğu gibi ayrıca ekonomik büyümenin önemli bir yapı taşı konumundadır. Girişimci, sermayeyi verimliliği az olan alanlardan daha yüksek alanlara aktaran baş aktördür, baş aktör olmasının nedeni üretim unsurlarını daha öncesinde kullanılmamış tarzlarla birleştirip kullanılmayan üretim unsurlarını kullanmasıdır. Bununla birlikte hâlihazırda kullanılan üretim unsurlarını ve elde bulunan girdileri modern hale getirip değiştirerek kullanmasıyla üretimde verimliliği artırır. Bu açıdan girişimci toplumsal olarak yarar sağlayan ekonomik bir aktördür. Bu sebeptendir ki girişimci ekonomik olayların düzene koyulmasında, istihdam oluşturulmasında ve üretim unsurlarında temel etkindir (Şahin, 2006: 7-8).

Girişimcilik dünyadaki birçok toplumda meydana gelen değişikliklerle daha da önemli hale gelmiştir. Toplumlar günden güne sanayi toplumu olmaktan çıkarak daha çok bilgiyi ve teknolojiyi kullanır hale gelmişlerdir. Bu nedenle üretim üzerindeki insan gücü gitgide azalırken, bilgi ve teknolojiye dayalı mekanik güç üretim üzerindeki hâkimiyetini arttırmaya

başlamıştır. Bu noktada girişimcilik toplumlarda meydana gelen bu değişim ve dönüşümün uygulanması noktasında ana karakter olduğu için önemini daima koruyacak ve arttıracaktır (Özkul, 2008: 44). Ayrıca girişimciler insanların gereksinimlerini belirleyip, bu gereksinimlere yönelik yatırım yaparak, toplumun refahına katkı sunmayı amaçlamaktadır. Çünkü bu yatırımlar sonucunda insanların çalışma olanağı ve gelir seviyesi artmakta, kişilerin yani tam manasıyla toplumun ekonomik ve sosyal rahatlık düzeyi yükselmektedir. Girişimcilik, toplumun ve işletmeciliğin temelinde bir dönüşüm hareketi oluşturur ve geliştirir. Bu dönüşüm hareketi ise verimliliği ayrıca büyümeyi de olumlu yönde etkileyerek arttırır. Bunun yanı sıra dönüşüm ve büyüme için gereken en önemli şey ise yenilikçiliktir. Yenilikçilik; hem piyasa için farklı bir ürün ve hizmetin verimliliğinin artmasını sağlamakta hem de yeni ortaya çıkacak olan işletmeleri yatırım açısından cazip konuma getirmektedir (Özyılmaz, 2016: 24).

Girişimcilik şu üç alan için özellikle önem arz etmektedir. Bunlar (Şahin, 2006: 8);

- Yenilikçilik ve keşif
- Piyasaya yeni işletmelerin dâhil olması
- Farklı iş dallarının ortaya çıkması

Girişim faaliyeti içerisinde olan kişiler kurdukları işletmenin başarıya ulaşmasını sağladıkları gibi aslında faaliyetlerini yürüttükleri bölgenin kalkınmasında da rol almaktadırlar. Girişimcilik faaliyetlerinin olduğu bir bölgede yeni işletmelerin kurulmasına zemin hazırlanmış olur. Yeni kurulan işletmeler ise istihdam kaynağı, devlet için vergi artışı, toplumlar içinse hizmette artış ve yeni ürünlerin ortaya çıkışı anlamına gelmektedir. Bireyler için girişimciliğin önemine bakılacak olursa, girişimcilik bu işe adım atacak kişinin içerisinde olan ancak farkına varamadığı potansiyelini ortaya çıkarmasına imkân sağlaması açısından önemlidir. Bununla birlikte bireyin gelir elde edebilme, başarıma hissini tatma, saygın bir

kişilik olabilme, diğer insanlara iş imkânı yaratarak faydalı olabilme gibi hedeflerinin gerçekleşmesine olanak sağlaması sebebiyle de bireysel olarak önem kazanmaktadır (Şahin, 2006: 9).

1.3. Girişimcilerin Özellikleri

Birçok araştırmacı başarılı girişimciliğin profilini çıkartmaya yönelik farklı çalışmalar ortaya koymuştur. Araştırmacılar iş dünyasına yeni girmiş olan bazı girişimcilerin alanlarında üstün başarılarla imza attıklarını gözlemlerken, bazılarının ise istediği düzeye ulaşamayarak kuruluşundan kısa bir zaman sonra kapanmalarının gerekçelerini ortaya koymaya çalışmışlardır (Özyılmaz, 2016: 8). Girişimcilik yönünde ilerleyen kişilerin genel olarak özellikleri irdelendiğinde çoğunun benzer özelliklere sahip olduğu hemen dikkat çekmektedir (Cansız 2007: 59). Bu niteliklerden en yoğun olarak görülenler; yenilikçi ve yaratıcı olma, risk alma, özgüven ve liderlik yeteneği olarak sıralanmaktadır. Girişimciliğin, insana sağladığı esneklik ve uyum, çalışma hayatında yer alan hiçbir sektör tarafından sunulmamaktadır. Bu nedenle girişimcinin bu kadar esnek olan çalışma hayatında devamlılığını sağlayabilmesi, rekabet edebilme gücüne bağlıdır ve bunun için en temel özellik yenilikçi olabilmektir. Ayrıca gerçekleştirilen birçok çalışma, iyi bir girişimcinin karakterinde bulunması gereken ana ögenin yaratıcılık olduğunu vurgulamaktadır (Başol, 2010: 32).

Başarıyı yakalamış bir girişimci, risk seviyesini potansiyel kazanımlara göre şekillendirebilen ve belirsizlik yönetim kabiliyeti üst düzeyde olan kişi olarak tanımlanmaktadır (Brindley 2005: 146). Bir bireyin iyi bir girişimci olabilmesi için kişisel özelliklerinde bazı temel unsurların bulunması gerekmektedir. Bu unsurları şu şekilde sıralamak mümkündür;

Yaratıcılık

Yaratıcılık, iş yapabilmek için yeni malların, hizmetlerin ya da yolların geliştirilmesine olanak sağlayan kıvılcımdır. Yenilik ve gelişme için gerekli anahtar unsurdur. Kalıplaşmış olguların dışına çıkarak düşünebilmek devamlı öğrenmek ve sorgulamaktır (Başar, 2013: 5). Girişimci bireyin önemli niteliklerinden birisi olan yaratıcılık, bilginin tekrardan oluşturulmasına dayanır. Yaratıcı kişiliğe sahip girişimcilerin bağımsız bir tutum göstermeleri umulmaktadır. Yaratıcılık, değişik bakış açısı geliştirme, etrafa ve insanlara olan duyarlılığın artması, yeniliklere açık olma, farklı neticelere ulaşabilme vb. gibi özellikleri kapsamaktadır (Saygın, 2018: 15). Girişimcilik daha önce düşünülmemiş ve hayata geçirilmemiş olan fikirlerin ortaya çıkarılmasıyla birlikte var olan elverişli durumların fark edilmesi veya yeni durumların meydana getirilmesi temeline dayanmaktadır. Girişimcilik, başkaları tarafından fark edilmemiş olan unsurların farkına varmayı veya süreç içerisinde beliren avantajları herkesten önce değerlendirebilme gibi unsurlara dayanır (Soysal, 2010: 87).

Kendini Adama

Kendini adama, bir girişimcinin özellikle işi kuruluş aşamasındayken, başarıyı yakalayabilmesi için hafta boyunca günde 12 saatten de fazla olacak şekilde çalışmaya motive eden içgüdüdür. Başarılı olmak adına fazlaca çalışmanın yanında iyi bir planlama ve fikir üretmeninde bulunması gerekmektedir. Kendini adama bunu gerçekleştiren özelliktir. Bireylerin sevdikleri ve hayalini kurdukları işi yaparken çok daha öz verili çalıştıkları görülmektedir. Dolayısı ile bireyin planladığı girişimcilik eylemi içerisinde yüksek performans göstermesine rağmen diğer işlere oranla daha az yorgunluk hissettiği söylenebilir (Başar, 2013: 5).

Kararlılık

Kararlılık, girişimcilikte başarılı olmak için normal seviye üzerinde olması gereken güçlü bir arzudur. Ayrıca istikrar ve sıkıntılı geçen günlerden sonra yeniden ayağa kalkabilme becerisini içerir. Girişimciyi bir işten 9 kere bir sonuç alamamış olmasına rağmen 10. Kez denemeye ikna eden unsurdur. Gerçek bir girişimci için para isteklendirme kaynağı olmamalıdır. Girişimcinin esas motive kaynağı kararlılığı ve sonucunda elde ettiği başarı olmalı, para ise ödül konumunda yer almalıdır.

Esneklik

Günümüz iş dünyası teknoloji ve küreselleşmenin de etkisiyle, sürekli değişimin merkezinde yer almaktadır. İş dünyasında başarılı olabilmek için çevresel değişkenlerin farkında olarak esnek davranma yeteneğine sahip olunmalıdır. Esneklik, girişimcinin sürekli değişen ve gelişen piyasa ihtiyaçlarına olabildiğince hızlı bir şekilde karşılık verebilme yeteneğidir. Kendine belirlediği hedeflere sadık kalırken aynı zamanda piyasanın içerisinde bulunduğu durumda farkında olabilmektir. Piyasanın içerisinde bulunduğu durum çerçevesinde girişimci gerekiyorsa vizyonun da küçük değişiklikler yapabilmelidir.

Liderlik

Liderlik, kurallar koymak ve hedefler oluşturmaktır. Kurallara uyulduğu takdir de başarının da kendiliğinden geleceğini bilerek hareket etme özelliğidir (Yaşar, 2017: 26-27). Oluşabilecek avantajları gözden kaçırmayıp bu avantajlar için gereken materyalleri birleştiren ve bu faaliyetleri gerçekleştirirken oluşabilecek tehlikelerin sorumluluğunu alabilen girişimci, bu aşamalardan geçerken taşıması gereken girişimci vasıflarıyla birlikte liderlik kavramından ve bu kavramın gerektirdiği davranışlardan da faydalanması gerekmektedir. Lider gelecekte olabilecek durumları sezerek ona göre faaliyetlerinde düzenlemeler yapan, gerçekleştirmek istedikleri ile reel durum arasında ki dengeyi sağlayabilen, sorumluluk almaya hazır ve bir kriz anında durumu en iyi idare edebilen bireydir. Bir kurumda girişimcilik anlayışının

kurumda ki diğer bireylere aktarılabilmesi için en önemli vazife lidere yüklenmektedir. Liderlik girişim faaliyeti içerisinde ki bireylere mevcut durumu analiz ederek yetersiz olan noktaları giderme, rekabet içerisinde olduğu rakipleri arasından sıyrılabilme, oluşan problemlere mantıklı ve akıllıca çözümler bulabilme, meydana gelen krizlerle başa çıkabilme gibi nitelikler kazandırmaktadır. Liderlik vasfına sahip girişimciler başkalarına fayda sağlayabilecekleri gibi özgün, dinamik, değişime açık bireyler oldukları için başarıyı yakalayacaklardır (Saygın, 2018: 15).

Tutku

Tutku, bir girişimciyi kendi işletmesini kurmaya teşvik eden ve o yolda emin adımlarla yürümesini sağlayan faktördür. Girişimciye, başkalarını kendi vizyonuna inandırması için ikna etme gayreti verir. Planlamanın yerine koyulamaz ancak yine de girişimcinin belirlediği hedefler doğrultusunda emin adımlarla ilerleyebilmesini ve girişimcinin belirlediği hedeflerin başka insanlarca da fark edilip uygulanmasını sağlar (Yaşar, 2017: 26).

Kendine Güven

Bireylerin girişim sürecine atılırken öncelikle kendilerine inanmaları ve girişim faaliyetlerini başarıyla yürütecekleri konusunda kendilerine güvenmeleri gerekmektedir. Kendine güven girişimcinin yaptığı planlarla mevcut olan belirsizlik ve risk düzeyini azaltması ile gelişir. Girişimci de bulunan uzmanlığında kendine güvenin gelişmesinde etkisi vardır. Kendine güven, girişimciye kolayca hedeflerinden sapmadan ve gözü korkmadan başka insanların düşüncelerini dinleyebilme yeteneği kazandırır.

Girişimci gerçekleştirdiği atılımın temelini sağlam atarak küçük işlerle büyük başarılar elde etmeli, müşterinin arzularını yerine getirmeli, müşterisi ile sürekli empati içerisinde olarak karar verebilmelidir, işi ile ilgili konularda kendine güvenmeli ve işlerini daima

vaktinde teslim etmelidir, rekabetçi ve hırslı olmalı, daima kendisini geliştirmeli, maksimum seviyede çalışma iştahı içerisinde olmalı, kendisini hem yazılı hem de sözlü bir biçimde ifade edebilme kabiliyetine sahip olmalı, yaptığı işi içinden gelerek yani severek yapmalı, geniş bir hayal dünyası ile bilinçaltına sahip olmalı, şahsi arzuları ve hedefleri olmalı ayrıca hoşgörülü olmalı, ikna etme kabiliyeti yüksek ve ileri görüşlü olmalıdır. Özetle bir girişimcinin başarıyı yakalayabilmesi için pozitif düşünmesi, kararlı, dürüst hızlı ve net kararlar verebilen kendine güvenen bir karaktere sahip olması gerekmektedir. Bir girişim hareketi için gerekli olan kabiliyet ve özellikleri taşıyan girişimci birey, kendine olan güveni ile sahip olduğu bu yetenekleri birbiriyle pekiştirerek daha başarılı olabilecektir (Yaşar, 2017: 26-27).

Strateji Uygulamayı Bilmek

Girişimcilik faaliyetlerinin gerekleri arasında en önemli yer tutan unsur, gerekli olan stratejiyi gerektiği yerde ve uygun zamanda kullanabilmektir. Girişimci başarıyı yakalamak istiyorsa strateji geliştirirken elinde bulunan kaynaklarını ve bu kaynakları nasıl kullanabileceğini iyi biliyor olması buna göre de gerektiği zamanda uzun veya kısa vade de stratejiler geliştirebiliyor olması gerekmektedir. Girişimci bu becerilere sahip olduğu müddetçe rakiplerinden bir adım önde olacak ve sonucunda da başarıyı yakalayabilecektir. Bu unsurlar haricinde birey girişimci olabilmek için gereken diğer yetenek ve becerileri de bünyesinde bulundurmalıdır, aksi takdirde doğru strateji geliştirmek ve uygulamak bazı noktalarda yetersiz kalabilecektir (Sezgin, 2014: 6).

Fırsatları Yakalama ve Değerlendirme

Etraftaki avantaja çevrilebilecek olayları en iyi şekilde kullanmak bu doğrultuda girişim faaliyetleri içerisinde bulunmak girişimcilik yolundaki bireylerin dikkat etmesi ve uygulaması gereken en önemli unsurlardır. Avantaja çevrilebilecek durumların farkına varılarak değerlendirilmesi girişimcilik adına önemli bir unsur olarak sayılmasının sebebi bu avantajların herkesçe görülerek kullanılamamasıdır. Bu nedenle iyi bir girişimci avantaja

çevrilebilecek bu durumları en iyi şekilde kullanıp lehine çevirmesi durumunda başarıyı yakalayabileceği aşikârdır (Sezgin, 2014: 6)

Belirsizliğe Karşı Tolerans

Meydana gelen problem karşısında bireyin sahip olduğu tecrübelerin ve yeteneklerin problemi ortadan kaldırmaya yetmediği durumlar belirsizlik olarak adlandırılmaktadır. Bireyin bu belirsizlik durumlarını iyi bir şekilde irdeleyerek durumu düzeltmek için plan yapıp yapamadığı o bireyin belirsizlik durumlarına karşı toleransını ortaya çıkarmaktadır. Belirsiz durumlara karşı toleransı yüksek olan bireyler durumu iyi bir şekilde yönetmeye ve krizden çıkmaya gayret gösterirler. Toleransı düşük bireyler ise daha çok karamsarlığa kapılarak durumu seyrine bırakan, çaba sarf etmeyen kişilerdir. Ayrıca bu kişiler yeniliklere karşı olurlarken, toleransı yüksek kişiler meydana gelen değişikliklere olabildiğince hızlı bir şekilde adapte olan kişilerdir (Saygın, 2018: 14).

Hızlı Karar Verebilme Yeteneği

Girişimci yaptığı işte başarı sağlamak istiyorsa hızlı karar verebilme kabiliyetini bünyesinde barındırmalıdır. Olağanüstü bir durum gerçekleştiği takdirde, mevcut olan seçenekleri değerlendirerek kısa bir zaman dilimi içerisinde gereken kararları alabilmelidir. Ayrıca girişimci karar verirken bilinçli ve mantıklı bir tutum sergilemelidir (Özal, 2009: 9).

1.4. Girişimcilikte Başarısızlık Nedenleri

Girişimciler çalışma hayatlarının büyük bir bölümünde sıkıntılarla ve engellerle karşılaşmakta bu da girişimcilerin başarısız neticeler elde etmesine neden olmaktadır. Girişimcilerin iş hayatında karşılaştıkları ve onları başarısızlığa iten başlıca nedenler aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Yaşar, 2017: 27):

- Girişimcinin girişimcilik dışında başka bir iş seçeneğinin bulunmaması,

- İnsanlara verilen girişimcilik eğitiminin düşük seviyede olması, eğitimlerin yeterli olmaması, kişinin girişimcilik eğiliminin düşük olması ve profesyonelce davranmaması,
- Girişimcinin yaşının girişimci olabilmesi için yeterli olmaması,
- Girişimcide bulunması gereken işletme sahibi olmanın getirdiği sorumluluk ve kabiliyetin olmaması,
- Girişimcide iş hayatının insana yüklediği stres ile karşısına çıkabilecek zorluklarla baş edebilecek gücün bulunmaması ayrıca girişimcinin deneyim bilgi ve kabiliyete sahip olmaması,
- Girişimcinin yaptığı işi sevmiyor olması, liderlik ve yöneticilik vasfından yoksun olması, bir misyon ve vizyonunun olmamasıdır.

Dünya genelinde gerçekleştirilen çalışmalarda küçük çaplı girişim faaliyetlerinin daha büyük olan girişim faaliyetlerine nazaran başarısız olma ihtimalinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmış, bununla birlikte girişim faaliyetlerinin başarısız olmasına neden olan sebeplerden en büyüğünün mali problemler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Meydana gelen değişimleri yakından izleyemeyen, zaman içinde toplumun ihtiyaçlarında ki değişiklikleri göremeyen ve sermayesini kullanırken yeteri kadar inceleme yapmayan girişimci bireylerin başarılı bir faaliyet yürütmeleri olanaksızdır. Bu unsurların yanı sıra girişimcinin işletmesinin içerisinde bulunacağı sektörün doğru bir biçimde belirlenmesi, ileriye dönük faaliyet planlarının iyi yapılması işletmenin başarısına doğrudan etki eden noktalardır. Faaliyet gösterilecek sektörün şartları, sektörde bulunan diğer işletmelerin durumları ve sektörde lider konumunda ki işletmenin kendine belirlediği hedefler o sektöre yeni adım atan girişimciler için üzerinde durularak incelenmesi gereken diğer unsurlardır. Ayrıca girişimcinin sermayesi faaliyet göstermek istediği sektöre göre yetersiz ise ve hammadde ulaşımına sorunlar çıkarabilecek ise işletme daha kuruluş aşamasındayken

başarısız bir faaliyet olarak hayata geçecektir. Girişimci bireylerin faaliyetlerini başarılı bir şekilde yürütebilmesi için kurdukları işletmenin finansal kaynaklarını iyi yönetmesi, tedarikçileri ve işletmesinde çalışan kişilerle ayrıca varsa ortaklarıyla sürekli iletişim içerisinde olması gereklidir. Girişimcinin ve kurduğu işletmenin tüketiciler nezdinde ki yeri, saygınlığı ve güvenilirliği işletmenin başarıya ulaşabilmesi için basamak görevi görecektir. Girişimci bu etkenlere dikkat eder kendisi ve işletmesi ile ilgili çıkan her türlü haberi takip ederse saygınlığını ve güvenilirlik seviyesini yükseltecek dolayısıyla tüketicinin gözünde ki yerini de en iyi konuma getirebilecektir (Uca, 2019: 32).

1.5. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Girişimci birey işini kurduktan sonra elde ettiği değerlerin önemini farkında olmalı ve sahibi olduğu bu değerler karşılığında ödemesi gereken bedellerin olduğunu da unutmamalıdır. Girişimcilikte bazı avantaj ve dezavantajlar bulunmaktadır. Bu avantaj ve dezavantajlar şu şekilde açıklanmaktadır (Yaşar, 2017: 29):

1.5.1. Girişimciliğin Avantajları

- **Özerklik:** Bağımsızlık ihtiyacı ve özgürce karar verebilme isteği girişimlerin oluşmasını sağlayan en temel etkenlerdir. Kendi işine sahip olma arzusu birçok girişimci için motive edici bir duygudur (Şekerler, 2006: 16). Girişimciler kendisinden üst bir mevkide bulunan yöneticiden emir almaksızın çalışma planları yapıp, hedeflerini belirleyip tüm bunların neticesinde de elde ettikleri başarıyı kontrol etmek isterler. Özerklik gereksinimi fazla olan insanlar idarenin kendilerinde olmasını istedikleri gibi girişimsel olarak bazı sorumluluklar üstlenerek mevcut bulunan işlerdeki kural ve sınırlandırmalardan kaçınmak isterler. Bağımsızlık gereksinimi ve karar verme özgürlüğü girişimlerin en temel

amaçlarındandır. Kişinin kendi kendisinin patronu olması pek çok girişimci için tatmin edici bir duygudur (Yaşar, 2017: 29).

- **Başarma Hissi:** Kendine ait bir işletmesi bulunan ya da kendi işini kurmakta olan girişimci işiyle ilgili aldığı her türlü kararın olumlu veya olumsuz getirilerinin sorumluluğunu alır. Başarıyı yakalama ve bazı şeyleri elde etmiş olmanın bireyde kendi işini oluşturma isteğini dürtüler. Bunun neticesinde başarıyı yakalayan işletme sahipleri toplumun saygısını ve hayranlığını kazanır (Yaşar, 2017: 30).
- **Finansal Kontrol:** Girişimcilerin hedefleri büyük finansal başarılar elde etmekten çok işletme ile alakalı verilen yönetsel kararlar üzerinde kontrol ve söz sahibi olmaktır. Bu durum mesai saatlerinin kontrolü içinde geçerlidir. Daha az ya da daha fazla çalışmak buna örnek olarak verilebilir (Ersezer, 2019: 26).
- **Saygınlık Kazanma:** İşletmesini kurduktan sonra başarılı bir biçimde faaliyetlerini sürdüren girişimci, topluma ve ekonomiye sağlamış olduğu faydalar sayesinde kamuoyunun takdirini kazanacak ve saygınlık elde edecektir (Öztürk, 2016: 26).
- **Kalkınma Açısından Faydaları:** Bölgesel kalkınma açısından büyük bir önem arz eden girişimcilik sağlamış olduğu iş imkanları sayesinde işsizlik oranının düşmesine de katkı sağlamaktadır. Ayrıca girişimcilik bireyin yapmış olduğu birikimi sermayeye dönüştürmesine olanak sağladığı gibi genç nüfusu da iş gücüne kazandırarak istihdamı arttırmaktadır (Ersezer, 2019: 26).
- **Kişisel Gelişime Katkı ve Toplusal Fayda:** Kişiler gerçekleştirdikleri girişimcilik faaliyetleri sayesinde mevcut yeteneklerini geliştirme ve bünyelerinde barındırdıkları potansiyeli ortaya çıkarma imkanına sahip olacaklardır. Bununla birlikte bireylerin iş olanağı sağlama, ekonomik kalkınmaya destek olma ve

toplumsal gelişime fayda sağlama gibi unsurlar sayesinde motivasyonları artacaktır (Emer, 2019: 15).

1.5.2. Girişimciliğin Dezavantajları

- **Kişisel Özveriler:** Girişimciler için kendi işlerini oluşturduktan sonra geçen birkaç yıl işlerinin belirli bir düzene oturması açısından oldukça önem arz etmektedir. Öyle ki neredeyse dinlenmeden ve zaman kavramı olmaksızın geceli gündüzlü çalışması gerekmektedir. Ailesinden ve sosyal hayatından fedakârlık edip işine çokça vakit ayırdığı için etrafındaki kişilerden bu konuda homurdanmalar duyabilir. Girişimcinin, iş yaşantısı aile ve sosyal hayat dengesini olumsuz etkileyecek konuma geldiği için kişiliğe bağlı olarak kişiyi mutsuz edebilecektir (Yaşar, 2017: 30).
- **Zarara Fazla Tolerans Gösterememek:** Küçük işletmelerde girişimci finansal kaynakları tek başına sağladığı için, her an oluşabilecek finansal krizlerle mücadele etmek durumundadır (Şekerler, 2006: 17). Büyük işletmelerin almış olduğu bazı kararlar, işletmenin elde edeceği kâr oranını olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Fazla rağbet edilmeyen malların üretilmesi veya kâr oranın düşük olduğu noktalarda iş yeri açılması bu duruma örnek verilebilir. Başarılı şekilde yıllar boyunca ayakta kalabilen işletmeler alınan yanlış kararların uygulanmasıyla veya yönetim departmanında ki zafiyetler sebebiyle kapanabilir.
- **Sorumluluk:** Kendi işletmesini kurmuş olan girişimciler, işletmesiyle ilgili ortaya çıkabilecek her türlü problemden sorumludurlar. Ayrıca girişimci işletmesinde çalışan yönetici ve çalışanlar arasındaki diyalogu canlı tutarak işletmenin verimliliğinin artmasına yardımcı olmalıdır. Bunların dışında birde girişimcilerin devlete karşı olan sosyal sorumlulukları bulunmaktadır ki bu sosyal sorumluluklar işletmenin kamu ile arasındaki ilişkinin düzenli olması yönünden önem teşkil etmektedir (Yaşar, 2017: 30).

- **Stres:** Girişimciliğin getirdiği iş yoğunluğu, s¼rekli gelişen teknoloji, rekabet, başarıya ulaşma işteği, iş tatminsizliği, ¼stlenilen sorumluluklar gibi unsurlar girişimcileri stres altında bırakmakta ve bazı konularda yanlış adımlar atmalarına sebep olmaktadır. Bu nedenle girişimcilerin başarıya ulaşabilmeleri i¼in iyi bir stres y¼netimine sahip olmaları gerekmektedir (Ersezer, 2019: 28).
- **Aileye Yeterine Zaman Ayıramama:** Girişimciliğin getirmiş olduğu iş yoğunluğu nedeniyle kişilerin ailesi ve sosyal yaşantısı ile arasında ki ilişkiler olumsuz y¼nde etkilenebilmektedir. ¼zellikle bu durumun aile i¼erisinde stresin ve gerginliğin artmasına sebep olduğunu s¼ylemek m¼mk¼nd¼r. Bu nedenle kişiler girişimciliğe adım atarken bu etkenleri g¼z ¼n¼nde bulundurmalıdır (Emer, 2019: 28).
- **Belirsizliklerle Baş Edebilme:** İnsanlar yeteri kadar bilgi elde edemedikleri ve sonu¼larını tahmin edemedikleri durumları belirsizlik olarak nitelendirmektedir. Belirsiz durumlar karşısında nasıl davranacağı girişimcinin belirsizlikle baş edebilmesi olarak tanımlanmaktadır (Ersezer, 2019: 28).

1.6. Girişimcilik T¼rleri

Girişimcilik ekonominin b¼y¼mesine etki eden en ¼nemli unsurlardan biridir ve bu girişimcilik faaliyetlerinin ř¼phesiz en ¼nemli akt¼r¼ girişimcidir (Sezgin, 2014: 86). Girişimci piyasada bulunmayan, bulunsa dahi insanları memnun etmeyen ya da başka piyasalarda bulunan ancak kendi pazarında yeni olabilecek ¼r¼n ve hizmetleri piyasaya s¼rer (Yaşar, 2017: 8).

G¼n¼m¼z d¼nyasında ¼retim, y¼netim ve ulaşım gibi sekt¼rlerde ortaya ¼ıkan ciddi gelişmeler ve d¼nya ¼apında ekonominin daha rekabet¼i seviyelere ulaşmış olması girişimciliğe daha da değer katan unsurlardandır. ¼yle ki bireylerin veya milletlerin b¼y¼yen d¼nyamızda rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri girişimcilik kabiliyetlerini en ¼st d¼zeyde

kullanabilmelerine bağlıdır (Soysal, 2010: 86). Girişimcilik türleri incelendiğinde girişimciliği ayırt etmemize yarayan türler aşağıdaki gibidir;

Yenilikçi Girişimcilik: Girişimcilikte yenilikçi girişimci olma faaliyetleri bazen piyasada bulunmayan yeni bir malın veya hizmetin piyasaya çıkartılması şeklinde başlayabilmektedir ya da hâlihazırda bulunan mal veya hizmetlere yenilikler ve farklılıklar eklenerek de yenilikçi girişimci olunabilmektedir (Cevher, 2016: 3). Yani yenilikçi girişimcilik yeni bir ürün düşüncesinin veya mevcut olan bir ürünün ya da hizmetin dizayn edilip farklılaştırılmasıyla, fiyat ve kalite gibi özelliklerini iyileştirip kar elde edecek şekilde pazara sunulmasıdır (Yaşar, 2017: 9). Bu nedenlerden dolayı yenilikçi girişimcilik, modern dönemde ekonomik kalkınmanın önemli bir unsuru olarak görülmeye başlanmıştır (Zsuzsanna ve Herman, 2012: 268). Teknolojik gelişmelerin ve küreselleşmenin yarattığı etkiler neticesinde, girişimcilerin sürdürülebilir rekabet avantajında başarı sağlamalarının temel unsuru yenilik yönelimli davranmaktır (Diktaş, 2020: 96).

Fırsat Girişimciliği: Bu girişimcilik tarzı kişinin geleceğe dair bazı öngörülerle kâr getirebilecek alanlara yatırım yapması olarak tanımlanmaktadır. Fırsat girişimcisi; orta seviyede bir geçmişe sahip, daha fazla bir eğitim görmüş, yönetim tecrübesine sahip olan, yeni fırsatları görebilen, daha çok yenilikçi ve çok çeşitli planlar üretebilen, çok çeşitli maddi kaynaklar kullanan bir girişimci tipidir (Cici, 2013: 29).

Yerel Girişimcilik: İşletmenin finansal kaynakları ve iş hacmine bağlı olan bu girişimcilik tipi işletmesini yeni kurmuş olan ve girişimciliğe yeni adım atmış olan türdür (Yaşar, 2017: 9). Yerel girişimcilik bilincinin meydana getirilmesi ve geliştirilip daha üst seviyelere çıkartılması ile yerel kaynakların önemli ölçüde kullanılması sağlanmaktadır. Böylece bölgesel piyasanın büyümesi ve gelişmesi kalıcı hale getirilebilmektedir (Bayraktaroğlu ve Özdemir, 2010: 72).

Bölgesel Girişimcilik: İşletmenin finans kaynaklarının ve iş hacminin yerel girişimciliğe oranla çok daha yüksek seviyelerde olan girişimcilik türü yerel girişimciliğin daha gelişmiş halidir.

Uluslararası Girişimcilik: Girişimciliğin en son seviyesi olan uluslararası girişimcilikte işletmenin finansal kaynakları, işçi sayısı ve iş olanakları oldukça büyüktür (Yaşar, 2017: 9-10).

Kamu Girişimciliği: İnsanlara sosyal değerler kazandırmak amacıyla toplumsal ölçüde meydana gelen fırsat ve imkânları en uygun biçimde kullanarak kamu piyasasının ve özel piyasaların bu imkânlardan faydalanmasını sağlamaktır (Yaşar, 2017: 10). Kamu girişimciliği, toplumsal problemlerin çözümünde yararlanılan insan gücünün, finansal kaynakların kullanılması ve yönetilmesinde daha etkin bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Ayrıca kamu girişimciliği, kamu örgütlerinin toplumun arzularına ve ihtiyaçlarına olabildiğince hızlı ve kaliteli bir biçimde karşılık verebilecek şekilde yeniden dizayn edilmesini, bununla birlikte daha az bürokrasiyi, daha çok serbestliği, daha yüksek seviyede rekabetçilik anlayışını, daha fazla yenilikçiliği ve girişimciliği sağlayarak verimliliği artırmaktadır. Kamu girişimciliği, kamu kaynaklarının, kamu yetkisinin ve kamu çalışanlarının kullanılmasıyla gerçekleştirilen girişimcilik çeşidini ifade etmektedir (Karaca vd, 2016: 96-97).

Özel Girişimcilik: Özel girişimcilik piyasa ekonomisi içerisinde bulunan bir girişimcilik çeşididir. Siyasi makamların gerekli imkânları sağlaması sonucunda bürokratik engelleri aşan, finansal kaynakların kullanımını genişletebilen, rasyonellik unsurunu ön plana çıkaran yönetimler piyasa ekonomisi içerisinde görülmektedir. Bu girişimcilik türü iki grupta incelenebilmektedir. Birincisi mevcut kaynakları iyi kullanarak işlerini yürüten girişimciler ikincisi, olağan ve olağandışı koşullarda, işgücü ve sermaye kaynağını verimli kullanarak,

detayları düşünebilen, planlayan, yürüten sonuç alabilen yaratıcı girişimcidir (Yaşar, 2017: 10).

İç Girişimcilik: Birçok araştırmacı iç girişimciliğin son dönemlerde ortaya çıkan bir girişimcilik türü olduğundan ayrıca bu girişimcilik türünün oluşan avantajların farkına varma ve üretim unsurları arasındaki ilişkileri özgün bir şekilde yeniden düzenleme faaliyeti olduğundan söz etmektedir. İç girişimcilik faaliyetlerinde etkin ve verimli neticelere ulaşmak için gereken en temel husus net bir şekilde tanımlanmış amaçlardır. İşletme içerisinde yer alan bireylerin bilgi ve yetenekleri bu amaçlar doğrultusunda kullanılacağı için doğru ve net bir şekilde belirlenmiş amaçlar işletmenin rekabet gücünü arttırarak başarıya ulaşmasını sağlayacaktır. İç girişimcilik, işletme içerisinde yer alan bireylerin belirlenmiş olan amaçlar doğrultusunda girişimci davranışları sergilemesini yani her bir bireyin sanki bağımsız bir girişimci gibi tutum sergileyerek çalışmalar yapması beklenmektedir. Bu sebeple iç girişimcilik sıra dışı bir ürün, hizmet veya süreç ortaya çıkaran bir mekanizma oluşturmakta, bu da işletmenin ilerleyen dönemlerde başarılı olabilmesi adına önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin meydana gelen sorun veya ihtiyaçlara başarılı çözümler üretebilmesi, bünyesinde barındırdığı bireylerin bilgi, tecrübe ve yetenekleri ile doğru orantılıdır (Aytar, 2020: 140).

İç girişimcilik, bir işletme için rekabet üstünlüğü oluşturabilmesi adına önemli bir unsurdur. Çünkü iç girişimcilik işletmede gelir oranının yüksekliğini, stratejilerin sürekli revize edilmesini, hem yerel hem de uluslar arası başarılar elde edebilmek için çalışmalar yürütülmesi gerektiğini savunur. Yeniden oluşturulan stratejik hedefler değişim ve becerileri arttırmaya veya güçlendirmeye çalışır. Bu becerileri kazanabilen işletmeler ise, rakiplerinden bir adım öne geçme şansını elde edeceklerdir (Naktiyok, 2006: 79-80).

Yaratıcı Girişimcilik: Yaratıcı girişimcilik hâlihazırda bulunmayan bir şeyden değer yaratma veya üretme işlevidir. Yaratıcı girişimcilikte bireyin sahip olduğu yetenekler ve yenilikçilik gücü ön plandadır (Aytar, 2020: 139). Bu nedenle yaratıcı girişimcilerin sıra dışı değerler ortaya çıkarabilen bireyler oldukları belirtilmektedir. Bu girişimcilik türü sayesinde yeni bir düşünce veya ürün ya da elde bulunan bir ürün veya hizmetin şekil, maliyet ve kalite gibi unsurlarının değiştirilerek piyasaya yeniden çıkarılması sağlanmaktadır (Sezgin, 2014: 27).

Eko Girişimcilik: Girişimcilik ve ekoloji kavramlarının bir araya gelmesi ile daha önce düşünülmemiş bir alan olarak eko girişimcilik ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu girişimcilik türü çevre duyarlılığına dikkat çekmek ve geri dönüşmesi güç olayların önüne geçmeyi hedeflemektedir (Öztemel, 2019: 10). Eko girişimcilik kavramı ilk kez Steven Benett'te tarafından 1991'de kullanılmıştır. Tüm girişimcilik türlerinin vazgeçilmezi olan inovasyon, piyasada başarı elde etme ve iş geliştirme gibi kavramlar eko girişimcilik içinde geçerliliğini korumaktadır. Eko-girişimciliği geleneksel girişimcilikten ayrı bir noktaya koymamızı sağlayan üç unsurdan söz etmek mümkündür. Bu unsurlardan ilki kar elde etmekle ilgilidir. Geleneksel girişimcilikte birey şahsi karlılığını göz önünde bulundururken eko-girişimcilikte birey şahsi karlılığının yanı sıra başka insanların ve doğanın kârına olabilecek noktaları da göz önünde bulundurmaktadır. İkinci unsur ise teknoloji kullanımıyla ilgilidir. Geleneksel girişimciler teknolojiyi kullanırken kâr oranını en üst seviyeye çıkarmayı hedefleyerek planlarını yürütür, ancak eko-girişimci kâr elde etmenin dışında teknolojiyi kullanırken çevreye ve insanlara zararı dokunmayacak ya da minimum seviyede olacak şekilde kullanmaya özen gösterir. Üçüncü nokta ise hitap edilen müşteri kesimidir. Eko girişimciler kendileri ile aynı bakış açısına sahip müşteri kitlesine yönelmektedir (Efeoğlu, 2014: 105).

1.7. Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü

Tarih boyunca cinsiyet etkeni toplumların sosyal kademelerinin oluşmasına etki eden unsurlardan biri olmuştur. Bir devletin adli, mali ve hayat tarzı gibi unsurları kadının hayattan beklentisini ve toplumda ki yerini belirlemiştir. Birçok ülkede çalışan erkek sayısı kadın sayısının neredeyse iki katı konumundadır. Bunun en önemli nedeni topluma yeterli düzeyde ve kaliteli eğitimin verilemeyişidir. Türkiye gibi büyümekte olan ülkelerde dini inanç, görenek, töre gibi kültürel ve yazılı olmayan kuralların uygulanıyor olması gibi sebeplerden ötürü kadınların toplum içerisinde ki rolü çoğunlukla annelik üzerinedir. Dünyada gerçekleşen iletişim, bilgi ve teknoloji alanında ki yenilikler kadınların birçok alanda serbestlik kazanmasını sağlamış bu da girişimcilikte kadınlarında yerinin artmasına fayda sağlamıştır.

1.7.1. Cinsiyet ve Rol Tutumları

Cinsiyetin toplumlarda yarattığı sosyal statü farklılıkları bireyin doğumundan başlayarak hayatının sonuna kadar devam etmektedir. Cinsiyet faktörünün yarattığı etkiler zaman içinde ve kültürden kültüre farklılıklar gösterse de daima aynı kalan unsuru, erkeğin hep kadından bir adım önde tutulmasıdır. Kültürlerin ve geleneklerin etkisiyle cinsiyet ayrımının devam ettirilmesi kadınların erkeklere olan maddi bağılıklarını da göstermektedir. Birçok kadın bu maddi bağılıktan rahatsız olup bağımsız olmak isterken bazı kadınlar ise bunu alışlagelmiş ve normal olarak karşılamaktadır. Bu tarz düşünce yapıları sebebiyle toplumdaki birçok kadının sosyal hayatta ki yeri erkeklerce belirlenmektedir (Şahin, 2006: 30).

Cinsiyet faktörü toplumları şekillendirdiği gibi girişimciliği de etkileyen önemli faktörlerden biri olmuştur. Girişimci bireyin her toplumsal unsurla şekillenmesi gibi cinsiyette girişimciyi şekillendiren yapılardan biri olmuştur. Girişimci yeteneklerine sahip erkekler iş adamı olarak çalışma hayatı içerisinde yer alabilirken, girişimci yeteneklerine sahip kadınlar ise çoğunlukla ev kadını olmaktan öteye gidememektedir (Cici, 2013: 55). Bireyin temel hak

ve özgürlükleri içerisinde yer alan girişimcilik uzun süreler erkeklerin tekelinde bulunmuştur. Kadınlar ise toplumun kendilerine koyduğu ev kadınlığı ve annelik çerçevesinden çıkarak çoğunlukla birer girişimci olma hedeflerine ulaşamamışlardır (Bedük, 2005: 107). İşletmesini hayata geçirmeyi başarabilmiş kadınlar ise iş hayatında erkeklere nazaran çok daha ağır ve zorlu problemlerle karşı karşıya kalmaktadır. Kadın girişimciler finansal kaynak bulma gibi konularda problemler yaşasa da gerçekleştirilen çalışmalar kadın girişimcilerin işletmesinin devamlılığını sağlamak konusunda erkek girişimcilerden geri kalmadığını göstermiştir.

Cinsiyet unsurunun kadınlar üzerindeki etkileri onların girişimciliğe adım atarken seçeceği sektöre kadar tesir etmektedir. Öyle ki kadın girişimcilerin sektör tercihleri çoğunlukla hizmet alanında olurken erkek girişimciler inşaat, üretim gibi sektörlerde daha çok faaliyet göstermektedirler (Cici, 2013: 56). Cinsiyet faktörünün getirdiği ön yargılara ve zorluklara karşın binlerce kadın bugün girişimci olma hayallerinin peşinde koşmaya ve özgün fikirlerle yeni iş alanları yaratmaya devam etmektedir. İşletmelerini başarıya ulaştırarak birer iş insanı olan kadınlar aynı zamanda sosyal bir rol olarak yüklendikleri annelik ve ev kadınlığı rollerini de layıkıyla yerine getirmektedirler (Başol, 2010: 53).

1.7.2. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Erkeklerin çoğunlukta olduğu sosyal yapı neticesinde hem çalışma hayatında hem de sosyal hayatta çeşitli sorunlarla karşılaşan kadının girişimci olarak iş dünyasına katılması da birçok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Fakat bütün sorunlara ve zorluklara rağmen kadınlar, girişimcilik faaliyetlerinde erkeklerden farklı olarak bireysel beceri ve deneyimleri çerçevesinde erkeklere kıyasla çalışma hayatında daha iyi olabileceklerini ispatlamışlardır (Tamer, 2013: 655). İş dünyasında kadın ve erkek arasındaki farklar temel olarak cinsiyet ayrılığı ile meydana gelmiştir. Kadın ve erkek girişimcilerin bireysel ve toplumsal unsurların etkisiyle aralarında meydana gelen farklılıklar gerçekleştirilen araştırmalar neticesinde kişilik, iş deneyimleri ve motivasyon gibi etmenlerde ortaya çıkmıştır (Cici, 2013: 56). Girişimcilik

çerçevesinde kadınların ve erkeklerin yapıları çoğunlukla benzer olsa dahi, çeşitli yönlerden kadın girişimciler farklı güdülere, motivasyon düzeyine, iş tecrübelerine ve beceri düzeyine sahiptirler (Özyılmaz, 2016: 33).

Kadın ve erkek girişimcilerin arasında bulunan en temel fark; kadın girişimcilerin, girişim faaliyetlerinde bireysel istekleri, erkek girişimcilerin ise ekonomik getirileri daha çok önemsemesidir. Kadın ve erkek girişimcilerin birbirlerinden ayrıştıkları noktaları ortaya çıkarma açısından dünya genelinde kabul edilmiş olan araştırmalardan biri Hisrich tarafından gerçekleştirilmiştir. Hisrich ve Peters'in yapmış oldukları çalışmalarda kadın ve erkek girişimcilerin birbirlerinden ayrıştıkları noktaları inceleyerek bunları bir tablo haline getirmişlerdir (Başol, 2010: 58).

Tablo 1. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Karakteristikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	▪ Kendini geliştirme ▪ Bir amaç doğrultusunda gösterilen çaba	▪ Bir amaç edinme ve bu yolda çaba gösterme ▪ Özgür çalışma arzusu
Girişime Yönelme Sebepleri	▪ İşten memnuniyetsizlik ▪ İş akdine son verilme ▪ Aileden devralma	▪ İşe karşı ilgi kaybı ▪ Ele geçen çeşitli imkanlar ▪ Bireysel şartların çeşitlilik göstermesi
Finansal Kaynaklar	▪ Bireysel birikim veya variyet ▪ Bankadan alınan krediler ▪ Yatırımcıların sağladığı destek ▪ Yakın çevreden alınan borçlar	▪ Bireysel birikim veya variyet ▪ Yakın çevreden alınan borçlar

Mesleki Altyapı	▪ Çalışılan işten kazanılan deneyim ▪ Konusunda uzman ▪ Belirli alanlarda sağlanan deneyim ve uzmanlık	▪ Faaliyet alanı kapsamında deneyim ▪ Hizmette mesleki deneyim ▪ Belirli konularda uzmanlık
Bireysel Özellikler	▪ İstikrarlı ▪ Hedefe odaklanma ▪ Yenilikçilik ve idealistlik ▪ Kendine güven ▪ İstekli ve aktif ▪ Kendinin patronu olma	▪ Hoşgörülü olma ▪ Gerçekçi ve yaratıcı düşünce ▪ Kendine güven ▪ İstekli ve aktif ▪ Çevre ile baş edebilme
Geçmiş Yaşantı	▪ Girişimcilik yaşı: 25-35 ▪ Baba serbest meslek sahibi ▪ Lisans mezunu ▪ Mühendislik ya da işletme bölümlerinden mezun ▪ Ailede ilk çocuk	▪ Girişimcilik yaşı: 35-45 ▪ Baba serbest meslek sahibi ▪ Lisans mezunu ▪ Sosyal bilimler ya da işletme bölümlerinden mezun ▪ Ailede ilk çocuk
Destek Grupları	▪ Yakın arkadaşlar ve eş ▪ Profesyonel kişiler ▪ İş ortakları	▪ Yakın arkadaşlar ve eş ▪ Aile bireyleri ▪ Kadın girişimcilğe destek veren kurumlar
Kurulan İşletmenin Türü	▪ İmalat ▪ İnşaat ▪ Teknoloji	▪ Eğitim ve hizmet ▪ Halkla ilişkiler ▪ Danışmanlık

Kaynak: Başol, 2010: 59.

1.8. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilik üzerine gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde girişimciliği etkileyen faktörler konusunun daha çok ele alındığı görülmektedir. Girişimciler de toplumun birer bireyi olduklarından dolayı onları yaşadıkları çevrenin dışında tutmak doğru olmayacaktır. Çünkü girişimcilerin yaşadıkları çevre onların girişimcilik yolundaki düşüncelerini etkileyen en önemli faktördür. Çevresel faktörlerin girişimci üzerinde etkileri olduğu gibi bireyin kendi kişilik özelliklerinin de etkisi büyüktür. Girişimciliği etkileyen faktörler aşağıda başlıklar halinde incelenmiştir (Özyılmaz, 2016: 13).

1.8.1. Ailenin Etkisi

Bireyin kariyer planlamasında ailenin etkisi büyüktür. Ailelerin bireylerin kariyer planlamasına etkisi, içerisinde bulundukları sosyal yapı ile ilgilidir. Çünkü ailenin bulunduğu sosyal yapı içerisindeki konumu, çocuklarını büyütmeleri ve ileri ki dönemlere hazırlamaları için gereken maddi kaynakları elde etmesini de etkileyecektir. Bunların yanı sıra ailenin çocuk büyüme biçimi, ailenin sahip olduğu çocuk sayısı, doğum sırası, anne ve babanın eşitlikçi veya otoriter olmaları gibi unsurlar da çocukların sosyalleşme sürecini dolayısıyla da sonraki dönemlerde bireylerin yaşantılarını etkileyecektir. Bireyin sosyalleşme evresinin aile içerisinde başlaması girişimcilikte ailenin etkisini azımsanamaz hale getirmektedir (Güleç, 2013: 6). Bireylerin doğumundan itibaren en fazla babasından ve aile içerisindeki diğer bireylerden örnek alma çerçevesinde etkilendikleri gözlemlenmiştir. Bu sebeple girişimci kimliğine sahip kişilerin bulunduğu ailelerde büyüyen çocukların girişimcilik yönlerinin daha fazla geliştiği görülmüştür.

Kişilerin girişimcilik yönünün gelişmesinde aile unsurunun önemi bir hayli fazladır. Ailenin kişiye kazandırdığı ahlaki kazanımların girişimcilik yeteneği üzerinde üç türlü etkisi bulunmaktadır (Cici, 2013: 46). Bu etkiler aşağıdaki gibidir (Özyılmaz, 2016: 14):

- **Teşvik Edici (Olumlu Etki):** Aile, çocuğu hayatını kazanması ve kendi işini oluşturabilmesi için teşvik eder. Ailede evin reisi konumunda olan baba girişimci ise ya da akrabalar gibi yakın çevre içerisinde girişimci kişiler mevcut ise, bu kişiler çocuğa rol model olarak gösterilir, o kişiler gibi olması ve hatta onları geçmesi istenir.
- **Kısıtlayıcı Etki (Olumsuz Etki):** Kısıtlayıcı etki durumunda ise ailenin içerisinde bulunduğu maddi sıkıntıların oluşturduğu etki veya ailenin tarıma dayalı bir şekilde hayatını sürdürmesi çocuğun girişimci olmasını engellemektedir. Bu tip

ailelerde çocuğun hor görülmesi de çocuktaki tek başına başarılı olabilme isteğini de köreltmektedir.

- **Kararsızlık Yaratıcı Etki:** Kararsızlık yaratıcı etki durumunda ise özellikle modern toplumlarda aile çocuğu sosyalleştirmek yerine eğitim ve biçimsel yönden sosyalleştirme rolünü üzerine alır. Uzun süre okulunu devam ettirmesi beklenen ve yapması güç olan işlerle zorlanan bu çocuklar aile içerisinde almış oldukları eğitim yetersiz olduğu için girişimcilik konusunda kararsız kalırlar.

1.8.2. Eğitimin Etkisi

Birçok insanda bulunan girişimcilik özellikleri bazen bireyin yeteneklerini başka alanlara çevirmesiyle atıl vaziyette kalmaktadır. Girişimcilikte; ilk başta ve sonraki dönemlerde alınacak eğitimler sayesinde başarının yakalanabileceği belirtilmektedir. Girişimcilik eğitiminin amacıysa kişide bulunan ancak atıl vaziyette kalmış girişimci yeteneğini ortaya çıkarmaktır. Bununla birlikte girişimcilerin doğru olmayan işler yapmalarını engelleyerek, üretim kaynaklarının (sermaye, emek, doğal kaynaklar) boş yere harcanmasını önlemektir (Cansız, 2007: 42).

Yeni girişimcilerin yetişmesi sırasında eğitim önemli bir etmen olarak ortaya çıkmaktadır. Eğitim, girişimcinin iş hayatında karşısına çıkacak sorunları çözebilmesi açısından da önemli bir yere sahiptir. Her ne kadar bir girişimci için eğitim gereksiz gibi görünse de girişimcinin daha sonraki dönemlerde gerçekleştireceği atılımlar için eğitim oldukça büyük önem arz etmektedir. Erkek veya kadın ayrımı yapmaksızın girişimcilik faaliyeti içerisinde olan kişilerin, finans, stratejik planlama, pazarlama, yönetim gibi konularda eğitim sahibi olması, kurdukları işletmeleri başarıya taşıyabilmeleri için oldukça büyük yarar sağlamaktadır. Girişimcinin almış olduğu temel eğitim ile işletmesinin başarısı arasında bir doğru orantı olduğuna dair görüşler ortaya koyan birçok araştırma bulunmaktadır.

Ayrıca eğitim, girişimcilik kültürünü meydana getirmesinin yanı sıra, mesleğin devam ettirilmesi ve sürdürülmesi gibi aşamalarda da önem taşımaktadır (Erdun, 2011: 13).

1.8.3. Çevrenin Etkisi

Çevre, kişi ya da gruplara etki eden sosyal ve fiziksel koşulların toplamıdır. Aynı zamanda çevre, kişilerde girişimcilik bilincinin meydana gelmesine katkı sağlayan en önemli faktörlerden biridir. Girişimcinin içerisinde olduğu çevrenin politik, teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel şartları girişimcinin karakterini oluşturan en önemli çevresel etmenler olarak sayılabilir (Bay ve Kulak, 2020: 83).

Girişimcilik kültürüyle toplumsal kültür arasında çok yakın bir münasebet bulunmaktadır. Kültür, girişimciliğe dönük yaklaşımların belirlenmesine yüksek derecede etki eden unsurlardan biridir ve içerisinde girişimcilik isteğini harekete geçiren dürtülere yer vermektedir. Demokratik bilincin yüksek olduğu kültürlerde bireyin yaşadığı başarısızlık ve yaptığı hatalar çok büyütülmemekle birlikte yüksek oranda toleranslı davranılmaktadır. Bu serbestlik bireylerin yeni alanlarda kendilerini deneyebilmelerine ve atılım gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır. Bu toplumlarda, daha önce yapılmamış şeyleri yapma, değişiklik ve atılıma geçmenin desteklenmesi neticesinde ister istemez toplumdaki bireylerin girişimciliğe olan eğilimlerinin de gelişmesine yardımcı olmaktadır (Erdun, 2011: 13).

1.8.4. Psikolojik Faktörler

Girişimci olan kişiler kuşkusuz ki toplumdaki diğer insanlara kıyasla psikolojik yapıları farklı olan kişilerdir çünkü girişimciliğin yapısı gereği girişimci kişilerin duygu ve enerji seviyesinin daima yüksek olması gerekmektedir. Girişimciler için araştırmaların ortaya çıkardığı psikolojik özelliklerden bazıları şu şekildedir (Cici, 2013: 45);

- Problemler karşısında karar verme sorumluluğunu üstlenme,

- Karar verirken risk almaktan kaçınmama,
- Alınan kararlar neticesinde somut önerilere ulaşabilme,
- Çalışma alanları belirlerken daha fazla beyin gücü kullanılanları tercih etme,
- Çalışma isteğini uyandıran unsurlardan bir tanesinin para kazanma isteği olması,
- İleri görüşlü olabilme,
- Çevresel ilişkileri ve iş hayatı konusunda oldukça profesyonel kararlar alma.

1.8.5. İş Deneyimi ve Rol Modellerin Etkisi

Girişimcilik yolunda rol modeller, girişimci olmak isteyen kişileri girişimci olmaya heveslendirmeleri nedeniyle oldukça önemli bir yer tutmaktadırlar. Kendilerine örnek aldıkları kişiler, girişimcilik yolunda olan bireylerin cesaretlenmesi ve adımlar atabilmesi açısından da önemlidir (Güleç, 2011: 7). Girişimci olmak isteyen bireylerin kendilerine rol model olarak seçtikleri kişi çoğunlukla aile içinden biri olmaktadır ve bu kişi genelde bireyin babasıdır. Aile içerisinde girişimciliğe hevesli veya girişimci bireylerin bulunması ailedeki diğer bireylerin girişimciliğe olan bakış açılarını etkileyerek girişimci olma isteklerinin artmasına neden olmaktadır. Girişimci olmak isteyen bireylerin kendilerine bir rol model bulmaları gerekmektedir. Seçtikleri rol modeller işletmelerini kurarken ve daha sonraki süreçlerde kendilerine yardımcı olacak kişiler arasında ilk sırada gelecektir. Girişimciliğe yeni adım atan bireylerin şüphesiz yapacakları her türlü faaliyette bilgi ve tecrübeleri ile bir yol göstericiye ihtiyaçları olacak, bu ihtiyaçlarını da kendilerine rol model edindikleri kişilerce gidereceklerdir (Hisrich, 1990: 214). Girişimci olmak isteyen bireylerin rol model olarak seçtikleri kişi babası ise girişimciliğin getirilerinden olan ve kendi işi yapıyor olmanın verdiği özgürlük, esneklik gibi hisler daha çocuk yaşta bireyin içerisine nüfuz edecektir. Bu durum da bireyin girişimciliğe olan ilgisini elbette ki arttıracaktır (Ubuz, 2019: 35).

Girişimci karakterine sahip olan bireylerin, daha önce çalışmış oldukları işletmelerde kazandıkları olumlu ya da olumsuz deneyimler, kendi işletmelerini kurduklarında onlara

faayda sağlayacak önemli etkenlerdendir. Yani olumlu veya olumsuz deneyimlerin tümü girişimcilik açısından önemli bir konuma sahip olup girişimcinin kurduğu işletmenin başarılı sonuçlar elde etmesine katkı sağlayacağı şüphesizdir. Örneğin girişimcinin başka işletmelerde yaşayabileceği, başarı için savaşma imkânının olmaması, işletme kademelerinde yükselme imkânının olmaması, sıkıntı ve yalnızlık hissi gibi bireyin çalışma hayatının çeşitli kademelerinde karşılaştığı mutsuz edici olaylar, gibi deneyimler girişimciye yeni bir işletme kurma yolunda motive edici yönde bir etki de oluşturabilmektedir (Güleç, 2011: 7-8).

1.8.6. Yasal, Siyasal ve İdari Faktörler

Kendi işini resmi olarak kurmak ve faaliyet süreçlerini başlatmak oldukça fazla zaman ve emek gerektirmektedir. İş kurarken gereken bürokratik işlemler hakkında bilgi ve tecrübe sahibi olmamak iş kurmak için gereken vakti ve uğraşı daha da çoğaltmaktadır. Böylece girişimciler önemli sıkıntılarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bir işletmeyi kurabilmek için gerçekleştirilmesi gereken işlemlerin sayısı bir hayli fazladır. Vergi dairesi, ticaret odası, belediye ve esnaf odalarında işlemlerin tamamlanmasının ardından işletme kurulmuş olarak kabul edilmektedir (iek, 2019: 52). Bunların yanı sıra bir ülkenin içerisinde bulunduğu idari, yasal ve siyasal koşullar o ülkede ki girişimciliğin olumlu veya olumsuz yönde gelişmesinde büyük öneme sahiptir. Eğer ilgili ülkede girişimcilik adına olumsuz neticeler doğuracak bir yapı veya şüphe bulunuyor ise bu durum yasalara, idari kararlara ve siyasal ortama da tesir edecektir. Sonuç olarak bu durum sebebiyle yeni şirket kuruluşlarını azalacaktır (zyılmaz, 2016: 15). Pek çok girişimci kurumsallaşma faaliyetlerini karar verme süresinin uzaması şeklinde değerlendirmektedir. Ülkemizde ki bürokratik ve siyasal kalıplar, girişimcilerin kurumsallaşmaya özendirilmesine engel olmaktadır. Bu duruma sebep olarak kadın veya erkek girişimcilerin hantal bürokratik yapı içerisine girildiğinde gereksiz belge tekrarlarının ve zaman kayıplarının yaşanacağı yönündeki düşüncelerini göstermek mümkündür (Başol, 2010: 70).

1.8.7. Din Faktörü

Toplumların yaşayış tarzını kültürlerini belirleyen din faktörünün girişimciliğe yönelme üzerindeki etkisi de büyüktür. Gündelik yaşayış tarzının içerisinde bulunan dini öğüt ve uyarılar girişimci olmak isteyen bireylerin hayatlarına etki ettiği gibi iş yaşantılarına da tesir etmektedir. Din faktörünün girişimcilik üzerindeki etkilerini inceleyen ilk araştırmacı Max Weber 'dir. Weber Protestanlığın gereği olan azim, sorunlar karşısında sabır gösterme, idareli olma kişisel zevklerin ötelenmesi gibi kuralların girişimcilik içinde geçerli olduğunu söylemiştir. McClelland'da 1961 yılında gerçekleştirdiği araştırmalarında Weber'in düşüncelerini doğru bulmuştur. McClelland Protestanlığın getirdiği iş ahlakıyla ilgili değerlerin girişimci bireylerin başarıya ulaşmasına katkı sağladığını belirtmektedir (Güney ve Çetin, 2003: 198). Türkiye de din ve girişimcilik arasında ki bağlantı incelendiğinde İslam dininin ticarete teşvik edici bir yapı içerisinde olduğu görülmektedir. İslamiyet de azmi, çalışkanlığı, dürüstlüğü ön planda tutmakta bu kavramlarında girişimcilik için önemli bir yeri bulunmaktadır. Ayrıca İslam dininin son peygamberi olan Hz. Muhammed'in ticaret ile uğraşmış olması, İslamiyet'in girişimciliğe ve ticarete verdiği önemi göstermektedir (Kasalak, 2014: 261).

1.8.8. Yaş ve Cinsiyet Faktörü

Girişimciliğe etki eden faktörler arasında yaş unsurunun önemine dair yapılan araştırmalar neticesinde girişimci olmak isteyen bireylerin çoğunlukla 22 ile 44 yaş aralığında faaliyetlerine başladıkları görülmüştür. Girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmek için tecrübe, maddi kaynak ve uzun saatler çalışabilmek için yüksek enerji gerekmektedir. Yaş faktörüyle ilgili gerçekleştirilen çalışmalarda girişimciliğe genç yaşta adım atan bireylerin iş dünyasında daha başarılı oldukları ve işletmelerini başarıya ulaştırdıkları görülmüştür. Bu durumun nedeni genç girişimcilerin yüksek enerjiye sahip olması, motivasyonunun ve başarısızlıklara karşı gösterdiği sabrın yüksek olması gibi sebeplerle açıklanabilir. Erkek girişimcilerin

genellikle 30'lu yaşların başında kadın girişimcilerin ise 30'lu yaşların otalarında girişim faaliyetlerine başladıkları görülebilmektedir.

Bireyin karakter ve kişilik yapısının şekillenmesinde önemli yeri olan cinsiyet faktörünün girişimcilik üzerinde de etkileri bulunmaktadır (Keskin, 2017: 65). 1980'li yıllardan başlayarak hızlı bir şekilde yaygınlaşan girişimcilik olgusu cinsiyet farklılığı ve meslek dalı gibi unsurları dikkate almaksızın gelişim göstermiştir. Yine bu dönemlerden başlayarak kadınlarda iş dünyasında ki yerini sağlamlaştırarak arttırmıştır. Cinsiyet faktörü toplum nezdinde bazı kalıplaşmaların oluşmasıyla kadın ve erkekler için farklı misyonlar oluşturmuştur. Kadınlar daha nazik, uysal ve kibar görüldükleri için toplum onlara girişimcilikten daha çok annelik rolünü uygun görürken erkekler fiziki olarak daha güçlü ve soğukkanlı oldukları için girişimciliğe ve iş hayatına daha uygun görülmüşlerdir. Ancak kadınlar da girişimcilik faaliyetleri içerisinde yer alarak girişimci rolünü üstlenebileceklerini kanıtlamışlardır (Öztemel, 2019: 34-35).

1.9. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İlk çağlardan günümüze kadar insanoğlunun yaşamak ve ihtiyaçlarını gidermek için gerçekleştirdiği çiftçilik, avcılık, hayvancılık ve benzeri faaliyetler basit bir şekilde girişimcilik olarak adlandırılabilir. Tarihsel süreci insanlığın varlığına kadar giden girişimcilik, içerisinde olduğu çevreden ayrıştırılamayacağı için çevresindeki koşulların ve ekonomik şartların değişmesi girişimcilik anlayışını da zamanla değiştirmiştir. Özellikle sanayileşme döneminin de başlaması ile birlikte girişimcilik insanlık tarihinde hak ettiği konumu elde etmeye başlamıştır (Özyılmaz, 2016: 16).

1.9.1. Dünyada Girişimcilik

Tarihi insanlık tarihinin varoluşu kadar eski olan “girişimcilik”, insanlığın kayıt altına alınmış olan dönemlerinden bugüne ekonomik ve toplumsal büyümede daima önemli bir

konuma sahip olmuştur. Taş ve maden devirlerinden başlayarak insanlar toplayıcı ve avcı yapılarından yavaş yavaş ayrılarak üretim faaliyetleri içerisine girmişlerdir. Özellikle neolitik dönemde üretime başlayıp girişimcilik faaliyetlerine ilk biçimini vermişlerdir. Neolitik dönemden sonra ki dönemde ise günümüzde ki şekilde olmasa da yerel çapta olacak şekilde işletmeler kurulmuş ve insanlar arasında ticaret başlamıştır. Özellikle Tunç döneminde devletlerin kurulmasıyla ticaret yerel bir biçimden çıkıp devletlerarası ticaret şeklini almaya başlamıştır (Öztemel, 2019: 14). Yazının bulunmasından sonra başlayan tarihi dönemlerde ise insanlar arasında ki ticaret ülkeler ve kıtalar arası yapılmaya başlanmış böylelikle girişimcilik de giderek farklı bir boyut kazanarak toplumsal hayatın önemli bir unsuru olmuştur (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 60).

Tarihe kaynaklık eden teknolojik ve kültürel buluşlar, göçler, yaşanan iklim değişimleri, insanlar tarafından gerçekleştirilen coğrafi keşifler gibi unsurlar girişimciliğin yapısını ve seyrini etkilemiştir. Sanayi devrimi ile meydana gelen sanayi toplumunun ekonomik, toplumsal ve siyasi yapısının değişerek gelişmesi ile birlikte girişimcilik de önemini git gide arttırmıştır. Öyle ki bu dönemlerde girişimcilerin meydana getirdiği değişimler ve buluşlar toplum yapılarını ve insanlık tarihinin yönünü değiştirmiştir (Öztemel, 2019: 15). İnsanlar artık sanayi toplumu olmaktan çıkarak bilgi çağına girmiş ve bu yeni dönemin getirdikleri ile ihtiyaçları, üretim ve eğitim anlayışı değişmiştir. Girilen bu yeni çağda üretim üzerinde ki insan emeği azalmış daha çok bilgiye ve teknolojiye dayalı üretim gerçekleştirilmiştir. Bu da girişimciliğin en önemli unsurlarından olan inovasyon ve özgün yaratıcılığın değerini arttırmıştır (Özkul, 2007: 355). Girişimcilikle ilgili gelişmeler, günümüzdeki modern üretim ve yönetim şekillerine ulaşmaya kadar birçok aşamadan geçmiştir. Girişimcilik, tarih içerisinde konumunu ve değerini çeşitli şekillere dönüşerek korumuş ve günümüzde de buna devam etmektedir (Özyılmaz, 2016: 16).

Aşağıdaki tablo Ortaçağdan günümüze kadar girişimciliğin gelişim sürecini göstermektedir.

Tablo 2. Girişimcilik ve Girişimci Tanımlarının Yıllar İçindeki Gelişimi

YILLAR	TANIMLAR
İlk Çağ	İhtiyaç duyduğu temel gereksinimlerini giderebilmek adına çeşitli faaliyetler gerçekleştiren kişidir.
OrtaÇağ	Büyük çapta üretim faaliyetlerinden sorumlu kişi.
17. Yüzyıl	Hükümetle sabit fiyatlı bir anlaşma yapıp kazanmayı ya da kaybetmeyi kabullenen kişi.
1725	Richard Cantillon: Finansal kaynak temin eden ve çeşitli risklerin sorumluluğunu alan kişi.
1797	Beaudeau: Risk alan, planlama ve süpervize yapan, örgütleyen kişi.
1803	Jean Baptise Say: Sermayeci kârından ayrılmış girişimci kârı.
1876	Francis Walker: Finansal kaynak temin edip faiz alanla yönetsel becerileri sayesinde kazanan arasında ki ayırım.
1934	Joseph Schumpeter: Girişimci bir yenilikçidir ve daha araştırılmamış teknolojiler geliştirir.
1961	David Mc Clelland: Girişimci enerji ılımlı bir risk alıcısıdır.
1964	Peter Trucker: Girişimci fırsatları en üst seviyede kullanandır.
1975	Albert Shapero: Girişimci inisiyatif alan, bazı sosyo-ekonomik mekanizmaları düzenleyen ve başarısızlık ihtimalini kabullenen bireydir.
1980	Karl Vesper: Girişimci ekonomist, psikolog, politikacılar ve iş adamları tarafından farklı görünen kişidir.
1983	Gifford Pinchot: Halen kurulmuş bir örgütte faaliyet gösteren kişidir.
1985	Robert Hisrich: Girişimcilik mali, sosyal ve psikolojik riskleri yüklenmeyi kabul edip zaman ve emek harcayarak farklı bir ürün yaratma sürecidir.
1995	Peter Drucker: Girişimci mevcut sermayeyi, verimliliği düşük kısımlardan daha yüksek verimlilik alınabilecek kısımlara kaydıran ve burada değerlendiren bireydir.
1999	Jeffrey Timmons: Girişimci yaşadığı çağın gerektirdiği ileri görüşlülüğe, düşünce biçimine dürüstlüğe sahip doğru olanları yapmaya çalışan bireydir.
2001	Philip A. Wickham : Girişimci mevcut bir yapıyı veya planı kendi faaliyetlerine entegre edebilen ve değiştirerek geliştiren bireydir.
2002	G. Brenkert: Girişimci piyasaların en önemli yapı taşlarından biridir.

Kaynak: Güleç, 2011: 12; Öztemel, 2019: 17.

Yukarıdaki tabloda farklı dönemlerde yaşamış bilim adamlarının girişimcilik ile ilgili yaptığı tanımlamalara yer verilmiştir. İlk çağ ve orta çağda girişimcilik herhangi bir tehlikesi olmayan sadece bir planı uygulamak için yapılan faaliyet olarak adlandırılırken 17. ve 18. yüzyıllarda girişimcilik bireyin mensubu olduğu devlet ile bir anlaşma yaparak girdiği iş olarak nitelendirilmiştir. Girişimcilik kavramının ortaya çıkışı Joseph Schumpeter'in girişimleri ile gerçekleşmiştir. Joseph Schumpeter 1934 yılında inovasyon kavramını girişimcilik ile bağdaştırarak girişimciliğe farklı bir boyut katmıştır.

Özellikle 1980'li dönemlerde bazı işletmelerde ki idareciler girişimcilik üzerine çeşitli araştırmalar yapmaya başlamış ve kendi kurumlarında çeşitli değişiklikler gerçekleştirmek için girişim faaliyetleri içerisinde olmaya çalışmışlardır. ABD ve İngiltere gibi devletler özel teşebbüslerin ekonomide artması için faaliyetlerde bulunmuş, uyguladıkları organizasyonlar ile ekonomi alanından devlet elinin kalkmasını sağlamışlardır. Bu süreçte girişimcilik teşebbüsleri hızını arttırmış ve gelir elde etmeyi amaçlayan şirketler haricinde herhangi bir gelir beklentisi olmayan toplum örgütleri de kurulmuştur. Ayrıca dünya çapında gelişen iletişim ve bilişim sektörleri küreselleşmeyi de beraberinde getirmiş böylelikle bir düşünceye sahip kendi işini meydana getirmek isteyen, mevcut bir malı değiştiren bireylerin ortaya çıkmasını sağlamış yani girişimcilik organizasyonlarının yükselmesine sebep olmuştur. 21. yüzyılın başlarında internet kaynaklı uygulamaların ve iletişimin hızlı gelişmesi girişimcilerin de hız gibi faktörlerden yararlanarak yeni fırsatlar elde etmesini sağlamıştır. Bu durum girişimcilerin yeni yatırım olanakları bulmalarını sağlamış böylece girişimcilik için altın çağı başlamıştır (Öztemel, 2019: 17-18).

1.9.2. Türkiye’de Girişimcilik

Girişimciliğin ülkemizdeki tarihsel gelişim sürecini incelediğimiz zaman girişimcilik faaliyetlerinin Selçuklu Devleti dönemine kadar gittiği görülmektedir. Selçuklular döneminde Anadolu’da zanaatkârlar tarafından oluşturulan ahilik teşkilatı Türk girişimcilik tarihinde

önemli bir yere sahiptir. Osmanlı döneminde ise girişimcilik faaliyetleri İstanbul, Bursa, Edirne gibi önemli ticaret merkezlerinde yoğun bir şekilde bulunmaktadır. Fakat Türkler; tarım, hayvancılık ve bürokratik gibi işlere yönlendirilmiş, ticari işler ise Ermeniler, Rumlar ve Yahudiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Bundan dolayı Türk toplumunda beklenen düzeyde bir ticari yapı oluşturulamamıştır (Tekin, 1999: 14). Modern anlamda girişimcilik kavramı, Cumhuriyet dönemi ile birlikte önem kazanmıştır. Bu dönem Atatürk'ün önderliğinde İzmir İktisat Kongresinin toplanması ve burada ekonomik gelişme ve kalkınmanın girişimcilikle sağlanabileceğinin ifade edilmesiyle oluşmaya başlamıştır. İlk on yıllık dönemin yaşandığı süreçte yabancı milletlerin hakimiyetinde bulundurduğu ticari faaliyetler engellenmeye çalışılmış fakat yetersiz durumlar ve savaşın etkisinden dolayı olumlu sonuçlar elde edilememiştir. 1930-1950 arası dönem ise devletçiliğin yükselişe geçtiği bir dönem olmuştur. Bu dönem içerisinde özel kesimin yetersiz kaldığı durumlarda devlet yatırımlar yaparak özel kesimi desteklemiş ve beş yıllık kalkınma planını hazırlamıştır. Girişimciliğin yükselişe geçtiği bu dönemlerde büyük buhran ve ikinci dünya savaşının yaşanması, girişimcilikte gene istenilen düzeye ulaşamamasına neden olmuştur. 1970'li dönemlere kadar uzanan planlı dönem incelendiğinde özel girişimlerin sanayide ki payının önemli derecede arttığı görülmektedir. Ancak teknolojik gelişmelere uyum sağlanamaması, profesyonel bir yönetim tarzının benimsenememesi ve sermaye kaynağının yetersizliği gibi nedenler yapılan girişimcilik faaliyetlerinin krizle sonuçlanmasına yol açmıştır.

1980 ve sonrasında ki dönemler girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi açısından önemli gelişmelerin gerçekleştirildiği bir dönem olmuştur. Bu dönemde serbest piyasa ekonomisine geçilerek girişimcilik adına büyük bir adım atılmıştır. Serbest piyasa ekonomisi sayesinde girişimciler dünyaya açılma ve dünya pazarlarına uyum sağlama fırsatı yakalamışlardır. Bu gelişmeler neticesinde birçok ilde başarılı girişimciler yetişmeye başlamış ve meydana gelen krizlerden Türk ekonomisi diğer ülkelere göre daha az etkilenmiştir. Son

dönem incelendiğinde ise bilgi toplumun öncülüğünde lokal işletmeler yok olurken yerini global işletmelere bırakmıştır. Bu dönemde ayakta kalabilmenin ve başarılı olmanın sırrı rekabet edebilme yeteneği ile yeterli düzeyde bilgi ve beceriye sahip olmaktır. Türk toplumunda faaliyet gösteren girişimci de bulunan cesaret, yetenek ve yeniliklere karşı olan tutum, eğitimle desteklenip, kadın girişimcilerin gücünü de sisteme dahil ederek Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri istenilen seviyeye gelebilecek ve ekonomik kalkınmaya önemli katkılar sağlayabilecektir.

Ülkemizde ki girişimcilik faaliyetlerinin tarihi seyri incelendiğinde 1923’ten bugüne kadar beş ana dönemin ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Bu dönemler:

- 1923-1929 yılları arasında özel girişimciliğe özendirme dönemi,
- 1930-1946 yılları arasında devletçilik ve yansımaları dönemi,
- 1946-1960 yılları arasında liberal ekonomiye geçiş dönemi,
- 1960-1980 yılları arasında planlı ekonomi denemesi dönemi
- 1980’den günümüze dek dışa açık liberal ekonomi dönemi olarak sayılabilir.

Saydığımız bu dönemlerin özellikleri incelendiğinde, 1923-1929 arasında uygulanan politikalarda, milli bir burjuvazi oluşturmak ve sermaye birikimini bu yolla elde etmek gibi genel olarak şahsi girişimciliği ön plana çıkartan uygulamalara yer verildiği anlaşılmaktadır. Öte yandan bu dönemdeki girişimciliğin devletin yüksek kademelerinde görev alan bürokratlar tarafından gerçekleştirildiği de görülmektedir. Bu nedenle Türkiye’nin ilk girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştiren kişiler devletin içinden geçen bürokratlar olmuştur. 1950-1960 arası dönemin yönetim olarak çok partili siyasi hayata, ekonomik politika olarak da serbest piyasa uygulamalarına geçişin yaşandığı kritik bir dönem olduğu bilinmektedir. 1960-1980 dönemi ise planlı ekonomi denemesinin gerçekleştirildiği dönemdir. Fakat 1970’li yıllarda popülist politikalar, ideolojik tartışmalar, petrol sıkıntısı, Türkiye’nin Kıbrıs harekâtı

ve sonrasında yaşanan ekonomik ambargo gibi sebeplerle ortaya çıkan ekonomik darboğazlar, darbeler ve siyasi istikrarsızlıklar iş dünyasının verimliliğini olumsuz etkilemiştir. 1980 yılıyla birlikte ise önceki dönemlerden kopuşun başladığı döneme girilmiştir. Yaşanan 80 darbesinin ardından kurulan hükümetin piyasa ekonomisi yönelimi, Türkiye'nin ekonomi politikasını planlı ve ithal ikameci şeklinden dışa açık liberal ekonomi şekline kaydirmış ve ihracata yönelik maddi teşvikler yaparak ihracat gelirlerinin yükseltilmesi sağlamıştır (Başol, 2010: 24-26). 1981 yılında gerçekleştirilen II. İzmir İktisat Kongresi'nde serbest piyasa koşullarının kolaylaştırılması, alt yapı yatırımlarının sağlamlaştırılması ve kişisel girişimcilerin desteklenmesi gibi birtakım kararlar alınarak gelişim sürdürülmüştür. 1995'de Gümrük Birliği'ne girilmiştir. Bu sayede özel sektörün etkinliği artmış ve ekonomi iç ve dış etkilere karşı uyumlu hale gelmiştir. Ayrıca bu dönemde Türk girişimciler dünya pazarında ayakta kalabilmek için yabancı dil öğrenerek dış piyasalar hakkında bilgi sahibi olmaya başlamışlardır. 2000'li yıllarda ise yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler girişimciliğin önemini daha da arttırmıştır. Günümüz dünyasında ki girişimciler, yüksek düzeyde eğitim almış, çağın gereklerine ayak uydurabilen, teknolojik gelişmeleri yakından izleyen, en az bir yabancı dil bilgisine sahip, daima yeniliği hedefleyen ve iş dünyasıyla ilgili yeterli bilgiye sahip kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır (Öztürk, 2010: 11).

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ, KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ ETKİLEYEN MOTİVASYONEL FAKTÖRLER

2.1. Kadın Girişimciliği Kavramı

Dünya genelinde yaşanan teknolojik dönüşüm ve küreselleşmenin etkisiyle, sosyal ve kültürel yaşam alanında kadınların daha fazla rol almaya başladıkları görülmektedir. Kadınların eğitime vermiş oldukları önem ve farklı bakış açıları pek çok alanda başarılı olmalarını sağlamıştır. Sahip oldukları disiplin, detaycılık ve hassasiyet iş dünyasında kadın girişimciliği adında yeni bir yaklaşımın doğmasına neden olmuştur.

2.1.1. Kadın Girişimciliğin Tanımı

Küreselleşen ve değişen dünya şartlarına kadınlar da uyum sağlamışlardır. Toplumsal açıdan üstlendikleri rollere ve sorumluluklara bir yenisini ekleyip iş dünyasına girerek birer girişimci olmuşlardır. Bireysel ihtiyaçları veya zorunlulukları nedeniyle iş dünyasına adım atan kadınlar, ev ve iş arasında yani iki farklı alanda çalışmak zorunda kalarak ağır bir yükün altına girmişlerdir. Taşıdıkları ağır yüke rağmen kadınlar aile ekonomilerine yaptıkları katkılarla, ülkende ki istihdama yaptıkları katkıyla ve verdikleri vergilerle ülke ekonomisine sağladıkları katkılarla girişimci olmak isteyen diğer girişimci kadınlara da örnek olmuşlardır (Efe, 2019: 25). Kadın girişimci kavramı düşünüldüğünde akla sadece ekonomik ve kültürel anlamda gelişmiş olan ülkelerde ki kadın girişimciler değil dünya çapında kurdukları küçük veya büyük işletmelerle iş hayatına atılan, ülke ekonomisine katkılar sağlayan kadın girişimciler gelmelidir (Narin vd, 2006: 23). Ülkemizde ve dünyada özellikle 1970 yılından sonra büyük bir girişim içerisinde oldukları görülen kadınlar, iş dünyasındaki yerlerini gittikçe arttırmaktadırlar. 1970 ve 80'lerde kadınlar sahip oldukları beceri ve kabiliyetlerini

kullanabilme, özgür olma, çalışma saatlerinde esneklik gibi birçok engelle karşılaşmış olduklarından dolayı maaşla çalışmak yerine şahsi beceri ve tecrübelerini kullanarak kendi işletmelerini kurmaya başlamışlardır. 1980’li yıllarda kadınların, çalışma hayatında tecrübe kazanma ve yüksek konumlara gelebileceklerini kanıtlama gayretleri, 1990’lı yıllarda meyvesini vermeye başlamıştır. Sonra ki dönemlerde kadınlar daha yüksek konumlara gelerek erkek egemenliğindeki sektörlerde bile başarılar göstermeye başlamıştır (Güleç, 2011: 19).

Kadın girişimci kelimesini tanımlamak hiçte kolay olmamıştır. Kadın girişimci kavramı birçok yazar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Kadın girişimci en anlaşılır şekliyle bir işletmeyi kurup, yöneten yani işleten kadın olarak ifade edilmektedir (Keskin, 2014:73). Kadın girişimci kavramını tanımlamak için günümüze kadar yapılan açıklamalardan birkaç tanesi aşağıdaki gibidir:

- Kadın girişimci; İşveren, işletmenin yönetsel ve kanuni sorumluluğunu kabullenen, işletmesinin başında duran ve işletmesinde şahsen çalışan kişidir (Bedük, 2005: 111).
- Kadın girişimci; Piyasa şartları içerisinde, kendi işletmesinin sahibi olan, kendi başına çalışan veya işletmesinde işçi çalıştıran, ürün veya hizmet üretilip pazarlayan, finansal kaynaklarını araştıran, işletmesiyle alakalı acil sorunların üstesinden gelebilen, yeni ve değişkenlik gösteren şartlara adapte olan ve alanında tecrübe sahibi olmaya çalışan kişidir (Yağcı ve Bener, 2005: 86).
- Kadın girişimci; Girişimcilik vasıflarını taşıyan ve girişimci olma yolunda gereken çabayı ve özverili çalışmayı gerçekleştirebilen işletme sahibi kadındır (Keskin, 2014: 73).

Kadın girişimcilikle alakalı olarak gerçekleştirilen araştırmalarda yapılan tanımlar aşağıdaki gibi bazı noktalarda kesişmektedir (Mungan, 2013: 25);

- Ev haricinde ki bir ortamda bireysel bir işletmesi bulunan,
- Bir işletmede kendi başına fiilen veya bünyesinde çalıştırdığı bireylerle birlikte çalışan veya işletmenin sahibi olmak kaydıyla ortaklık kuran,
- İşletmesiyle alakalı olarak birçok kamu veya özel kurumlarla iletişim kuran,
- İşletmesinin ilerleyen dönemlerde ulaşacağı konumla ilgili programlamalar üzerinde çalışan,
- İşletmesinden sağladığı gelirin nasıl kullanılacağını ve hangi alanlara yatırım yapılacağını belirleyebilen,
- İşletmesinde meydana gelebilecek tüm problemlerin ve risklerin sorumluluğunu alan kadındır.

2.1.2. Kadın Girişimciliğinin Önemi

İçerisinde bulunduğumuz dönemde kadın girişimciliği ekonominin en önemli parçalarından biri olmayı başarmıştır (Yaşar, 2017: 53). Hassas bir yapıya sahip olan ülkemizde ekonominin geliştirilmesinde, işsizliğin azaltılıp istihdamın yaratılmasında ve en önemlisi sürekli üretimin yanında gelişmiş pazarlama anlayışı içerisinde olan dünya ölçekli işletmelerin hayata geçirilmesinde kadın girişimcilik çok önemli bir konuma sahiptir (Soysal, 2010: 73). Günümüz dünyasında meydana gelen endüstriyel, teknolojik ve sosyal gelişmeler kadınların iş dünyasında çok daha fazla yer almasına olanak sağlamaktadır. Bilgi teknolojileri sayesinde bilgiyi temin etmenin kolaylaşması veya ülkemizde eğitilmiş kadın oranındaki artışlar kadınların iş hayatının her alanında daha fazla yer almasını sağlamıştır. Böylece girişimcilik, kadınlar için oldukça uygun ve cezbedici alanlardan birisi haline gelmiştir.

Kadınların iş dünyasına girmiş olmaları toplumda kadının önemini arttırarak o toplumun gelişmişlik seviyesini yükselttiği gibi eşit olmayan gelir dağılımının engellenmesine de imkân sağlamaktadır (Can ve Karataş, 2007: 253). Kadınların iş dünyasına adım atarak girişimci olmaları başka birinin emri altında çalışma şekline kıyasla, daha fazla özgür

olabilme, serbest hareket etme ve bağımsızlık duygusu kazanabilme, kısa ve uzun vadeli programlar yapabilme, bağlantılar kurma ve geliştirebilme gibi alanlarda kendilerini geliştirmelerine de yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte kadınların girişimcilik faaliyetleri içerisinde yer almaları ailesinin gelir düzeyinin artmasına, çocuklarının eğitim seviyesinin yükselmesine, nüfus planlamasına olumlu yönde etki oluşturabilmesine ve en önemlisi girişimcilik yoluna adım atmak isteyen diğer kadınlar açısından bir örnek olabilmelerine imkân vermektedir. Dünya nüfusunun yarısına sahip olan kadınların iş dünyasına adım atıp çeşitli alanlarda gerçekleştirdikleri üretimlerle ekonomik büyümeye önemli katkılar sağlamaktadır. Kadınlar sağladıkları bu katkılara rağmen erkek girişimcilere kıyasla yaşanan kalkınmadan aldıkları pay daha azdır. Temelleri erkek hegemonyası ile şekillenmiş kültürlere dayanan cinsel ayrımcılık nedeniyle kadınlar toplumsal ve ekonomik alanlarda geri planda kalabilmektedir. Var olan cinsiyet ayrımcılığı gibi çeşitli olumsuz etkenlere rağmen kadınlar ekonomik büyümenin ve gelişmenin önemli dinamiklerinden biri olmayı başarmıştır. Bu nedenle kadın girişimciler toplum tarafından kendilerine biçilen işlerinin, iş akışından doğan bağlantıların ve kültürel değerlerin değişerek yeniden oluşmasını sağlayarak, yoksullukla ve işsizlikle mücadele de önemli bir yere sahip olmuşlardır (Öztürk, 2016: 38).

Kadın girişimciliğin yüksek olduğu, kadınların toplumsal hayatta ve iş dünyasında aktif olarak yer aldığı ülkelerin ekonomik anlamda istikrarı yakaladıkları görülmektedir. Aynı şekilde kadın girişimciliğinin düşük seviyelerde kaldığı, kadınların toplumsal ve iş hayatında geri plana atıldığı ülkelerde ekonominin durgun olduğu hatta gerilemeye başladığı da görülmektedir. Gerçekleştirilen herhangi bir değişim ve gelişim hareketi kadın gücünden istifade etmediği sürece fayda sağlamayacağı aşîkârdır. Bu sebeplerden ötürü ekonomik ve sosyal gelişim için kentlerde yaşayan kadın nüfusun yanı sıra kırsal kesimde ki kadınların da toplumsal ve iş hayatında desteklenmesi büyük önem arz etmektedir. Çünkü bir ülkede ki kadın nüfusunun güçlenmesi ekonominin, aile yapısının, toplumsal ve kültürel değerlerin

güçlenmesi anlamına gelmektedir. Ayrıca erkek girişimcilere kıyasla kadın girişimcilerin taşıdıkları ayırt edici özellikler sebebiyle ekonomi ve iş dünyasında çeşitliliğin yaratılmasına da olanak sağlamaktadır (Keskin, 2013: 96-97).

2.1.3. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Kadın girişimci denildiği zaman akıllara ilk gelen işletme sahibi değil, ülke çapında bu yolda çaba sarf eden, emek veren kadınların gelmesi gerekmektedir. Belirli bir seviyede eğitim almış şehir hayatı içerisinde ki kadınlar, belli başlı bazı becerilere sahip ve kendi işini kurabilmek için maddi birikimlerini etkili bir biçimde kullanabilecek bireylerdir. Şehirlerde ve kırsal alanlarda yaşayan eğitim almamış fakat farklı becerileri olup sermayesi bulunmayan kadınlar da girişimci olma hakkına sahiptirler (Efe, 2016: 141).

Kadın girişimcilerin genel hatlarıyla özellikleri şunlardır (Güleç, 2011: 22; Özdemir, 2010: 119);

- Sorumluluk alma eğilimi,
- Enerjilerinin yüksek olması,
- Kendilerini motive edebilmeleri,
- Sosyal beceriye sahip olma,
- Finansal yeterlilik,
- Kişilerarası becerilere sahip olma,
- İşletmede genel yönetim becerisine sahip olma,
- İsabetli kararlar alabilme,
- Özgüven sahibi olma,
- İleriye dönük stratejiler belirleyebilme,
- Zamanı verimli olarak kullanabilme,
- Geniş bir ufka ve güçlü bir düşünme kabiliyetine sahip olma,

- Yoğun iş akışına ayak uydurabilme,
- İş alanında gerçekleşebilecek yenilikler üzerine yeni fikirler sunabilme,
- Dönemin gerektirdiği haberleşme kaynaklarına hâkim olma,
- Geniş hayal gücü yeteneğine sahip olma,
- Yapılgı işe karşı istekli ve girişken olma,
- İşin gerektirdiği teknik bilgi ve becerilere sahip olma,
- İyi bir vizyon ve misyon belirleyerek o doğrultuda hareket edebilme,
- Yönetim ve organizasyon yeteneğine sahip olma.

Türkiye’de ki kadın girişimcilerin yaş ortalamasına yönelik gerçekleştirile araştırmalar sonucunda ülkemizdeki kadın girişimcilerin yaşa ortalaması 43 olarak bulunmuştur. Bu yaş ortalamasının yüksek olmasının nedenlerine bakıldığında, birçok kadının girişimci olmadan önce belirli bir ücret karşılığında diğer işlerde çalışma veya kamu kurumlarından emekli olduktan sonra girişimci olmayı düşünme gibi sebepler görülmektedir. Ülkemizde bulunan kadınların iş dünyasına ortalama olarak 32 yaşından sonra atıldıkları belirlenmiştir. Ülkemizde ki kadınlar, erkek egemen bir ailede kültürel ve geleneksel değerler çerçevesinde yetiştirilmeleri, ailelerine karşı hissettikleri sorumluluklar ve çocuk büyüme gibi nedenlerle de genç yaşta girişimciliğe adım atamamaktadır.

İngiltere’de bir gazetede gerçekleştirilen araştırma çalışanların gözünden kadın girişimcilerin özelliklerini ortaya koyması bakımından önemlidir. Bu araştırmada “Çeşitli alanlarda çalışan bireylerden işverenlerini değerlendirmeleri ve işverenlerin de bulunması istedikleri özellikleri belirtmeleri” istenmiştir. Gerçekleştirilen araştırma sonucunda çalışanların, kadın işveren ve yöneticilerle daha çok çalışmak istedikleri sonucu elde edilmiştir. Araştırmada elde edilen bu sonucun sebepleri aşağıdaki gibi açıklanabilir (Örücü ve Kılıç, 2007: 121);

- Kadınlar, işleri için erkeklere kıyasla daha fazla emek harcıyorlar ve dikkat seviyeleri daha yüksek.
- Kadınlar, öğreticilik yanı erkeklere oranla daha iyi olduğu için iş ile ilgili gerekli olan eğitimi çalışanlarına daha net ve iyi bir biçimde aktarabiliyor.
- Kadınlar ortaya çıkabilecek yeni durumlara ve iş alanında gerçekleşen değişimlere daha hızlı ve rahat adapte olabiliyor.
- Kadınların çalışanları işe teşvik edip heveslendirme becerileri erkeklere kıyasla daha yüksek.
- Yeni düşüncelere açık olmaları nedeniyle kadınlar yaratıcılık konusunda da daha başarılılar.
- Kadınların dikkat seviyeleri yüksek olduğu için işlerinde gözlem yeteneklerini etkili bir şekilde kullanabiliyor.
- Kadınların iletişim kurma ve karşısındakini anlama becerilerinin yüksek olması çalışanları gözünde daha bir iyi işveren veya yönetici olmalarını sağlıyor.
- Kadının problemler karşısında gösterdiği reaksiyon ve çözüm odaklı çalışması başarı elde etmesini ve iyi bir işveren olmasına neden oluyor.
- Kadınlar hem iş hayatlarında hem de özel yaşantılarına açık ve belirli stratejilere sahip.
- Kadınlar sahip oldukları yüksek moral ve motivasyon sayesinde iş hayatında erkeklere kıyasla daha enerjik ve neşeli oluyor.

Çalışanların kadın işveren ve yöneticileri tercih etmesinin sebebini kadın ve erkek arasında ki varoluşsal ve içgüdüsel farklılıklara veya beynin cinsiyet farklılığına göre çeşitli çalışma prensiplerine sahip olmasına dayandırılabilir. Örnek olarak Wonder ve Donovan gerçekleştirdiği bir çalışmada beynin sol ve sağ bölümlerinin özelliklerini ortaya koymuşlardır. Bu özellikler aşağıda ki tabloda belirtilmiştir;

Tablo 3. Beynin Sağ ve Sol Bölümlerinin Özellikleri

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

Kaynak: Öztürk, 2016: 43.

İş hayatında başarıyı yakalamış, çalıştığı alanda lider konuma gelebilmiş ve başarısını daimi olarak sürdürebilen kadın girişimcilerin özelliklerine bakıldığında, bu tarz girişimcilerin girişken, amaç odaklı, aktif, gerçekçi özelliklere sahip oldukları görülmektedir. Bunların yanı sıra kadın olmanın getirdiği içgüdüsel, görsel ve içten gibi özelliklerini kullanarak hem erkeksi hem de kadınsı birçok özelliği bünyelerinde barındırdıkları görülmektedir. Böylece kadın girişimciler işlerinin ve meslektaşlarının ilerlemesine olumlu yönde etki ederek iletişim yönlerini güçlendirmişler ve duygudan yoksun olan işletme ortamına duygu katarak işletmelerin canlılık kazanıp renklenmesini de sağlamışlardır (Bayraker, 2018: 31).

2.2. Kadın Girişimci Türleri

Kadın girişimciler sahip oldukları duygusal ve düşünsel yapıları ve ayrıca sosyal ve ekonomik anlamda gösterdikleri tutum ve davranışlarına uyumlu olarak erkek girişimcilere göre daha farklı şekillerde sınıflandırılmaktadırlar. Kadınların girişimcilik özellikleri göz önünde tutularak kadın girişimci tarzları dört gruba ayrılarak incelenmektedir (Öztürk, 2016: 38).

▪ **Geleneksel Kadın Girişimciler**

Bu kategoride yer alan kadın girişimciler hem ulaşmak istedikleri hedeflerine hem de cinsiyet görevlerine bağlıdırlar. Ekonomik açıdan yükselme ihtiyacı geleneksel girişimcilerde güdüleyici bir faktördür. Aynı zamanda aile faktörünü de ön planda tutan bu girişimcilerin çoğunluğu evlidir ve hem aile hem de iş hayatını bir arada yürütebilmektedirler (Kaygın ve Güven, 2013: 69). Bu nedenle geleneksel kadın girişimciler hem işlerine hem de ailesine zarar gelmeyecek bir biçimde işlerini yürüterek, çok fazla sorumluluk almadan, detaylı maliyet hesaplamalarıyla kâr elde etme amacı taşıyan, daimî işletmeler kurmayı hedeflemektedirler. Bu tipte yer alan kadın girişimciler çoğunlukla bakım hizmetleri, kuaför salonları, restoranlar ve sekreterlik gibi alanlarda faaliyet göstermektedirler (Tahtalı, 2018: 63).

▪ **Yenilikçi Kadın Girişimciler**

Bu grupta yer alan kadın girişimciler, ulaşmak istedikleri hedefleri alışlagelmiş cinsiyet görevlerinin önünde tutan ve kurduğu işin büyümesini en önemli faktör olarak benimseyen kadın girişimcilerdir. Çoğunlukla üst düzey eğitim almış, maddi açıdan serbestliğe düşkün ve teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, iyi kullanma becerisine sahip bireylerden oluşmaktadırlar (Öztürk, 2016: 40). Girişimci olmanın kendilerine kazandırdığı yeni bir kişilik ile bu kategori de yer alan kadın girişimciler sınırlı bir arkadaş çevresine sahip oldukları gibi medeni hal olarak çoğunlukla bekârdır. Önce ki iş hayatlarında karşılaştıkları sorunlar nedeniyle mesleki geleceklerinin kısıtlı olduğunu düşünürler ve bu nedenlerden ötürü de girişimciliğe adım atmaktadırlar. Bunun yanı sıra gerçekleştirecekleri girişimcilik faaliyeti neticesinde bireysel ve maddi olarak başarıya ulaşacakları düşünceleriyle de girişimci olmayı istemektedirler. Genellikle halkla ilişkiler, medya ve reklamcılık gibi çeşitli faaliyet alanlarında yer almaktadırlar (Sipahi, 1997: 61).

▪ Evcimen (Aileci) Kadın Girişimciler

Bu kategoride yer alan kadın girişimcilerin hedeflerine olan bağımlılığı sınırlı iken kadınsal rolleri ile aralarında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Çalışma hayatlarını öncelikle aile hayatlarını dikkate alarak düzenlerler ve aile yapılarına uygun olan alanlarda faaliyetlerini gerçekleştirirler. Evcimen girişimciler genellikle aile hayatına düşkün olan ve çocuk sayısı arttıkça girişimcilik faaliyetini sınırlayan tipte kadınlardır. Hayatlarının odak noktasında eşi ve çocukları yer alır, işinden ziyade evini yönetmekle sorumlu olduğuna inanırlar. Bu tip girişimci kadınlar ekonomik konulardan çok bireysel olarak kendilerini yetiştirmeyi ve geliştirmeyi, ayrıca yaptığı işten haz almayı önemserler (Kaygın ve Güven, 2013: 70). Bu tarz girişimciler çoğunlukla toplumda ki rollerini yatkın olan sanat, terzilik, sağlıklı yiyecekler, güzellik bakımı ve iç mimari gibi iş dallarında faaliyet göstermektedirler. Bu grupta ki kadın girişimciler içerisinde bulundukları iş alanına talep artsa bile oluşan talebe yetişmekten ziyade ürettikleri ürünün veya hizmetin kalitesinden ödün vermemeye ve maddi boyutunu çok düşünmeden işten haz almaya çalışmaktadırlar. Yani evcimen kadın girişimciler çoğunlukla sınırlı bir alana sahip sürekli olarak yapılabilecek düzenli iş alanları içerisinde yer almaktadırlar (Tahtalı, 2018: 64).

▪ Köktenci (Feminist) Kadın Girişimciler

Köktenci kadın girişimciler kendilerini hayatın her alanında erkeklerle aynı seviyede görerek bireysel olarak feminizmin birer yapı taşı olduklarını düşündükleri gibi, kadın olmanın herhangi bir iş için motive eden birincil etken olduğunu düşünmektedirler. Feminist olarak adlandırılan kadın girişimciler, kadın haklarının desteklendiği ve savunulduğu eğitim, basın, yayın gibi çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedirler. Bu grupta yer alan girişimciler için cinsiyet rolleri ya da girişimcilik faaliyetleri çok fazla göz önünde bulundurulmamaktadır. Feminist girişimciler daha çok kadınların arka planda yer almadığını, hayatın her alanında kadınların ön planda olduğunu ve kadın erkek eşitliğinin önemli

olduğunu vurgulayan kadın tiplerinden oluşmaktadır (Yaşar, 2017: 57). Bu kategorideki kadın girişimciler girişimcilik faaliyetlerini bir gelir elde etme veya kariyer yapma gibi amaçlara ulaşmak için değil, kadınlar için gerçekleştirilen hizmetlere katkı sağlamak amacıyla yapmaktadırlar. Ayrıca köktenci kadın girişimcilerin esas hedefi, cinsiyet ayrımcılığına ve ön yargılara uğramadan, kendi yaşam tarzlarını ve içlerindeki farklı kişilikleri ortaya çıkarabilmek için uygun alanlar oluşturmaktır. Bu tarzdaki kadın girişimciler genellikle kadın özgürlüğünü hedefleyen eğitim, perakende satış, medya kuruluşları ve sınırlı bir çerçeveye sahip üretim gibi iş alanlarında faaliyetlerini sürdürmektedirler (Tahtalı, 2018: 65).

2.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Bir işletmeyi hayata geçirmek ve sürekli bir şekilde büyümesini sağlamak çaba sarf edilmesi gereken zorlu bir dönemdir. Erkek veya kadın ayrımı gözetmeksizin girişimciler bu yola çıktıkları andan itibaren pek çok problemle karşılaşmışlardır. Kadın girişimciler her ne kadar olaylar karşısında gösterdikleri farklı bakış açıları, yönetim şekilleri, hizmet anlayışları ve teknolojiye yararlanma gibi alanlarda farklılıklar yaratsalar da yine de pek çok engelle karşılaşmaktadırlar. Özellikle ülkemizde de kadınlar girişimcilerin genel olarak uğraştıkları problemlerin yanı sıra kadın olmalarından kaynaklanan birçok problemle de uğraşmaktadırlar (Özyılmaz, 2016: 54). Kadın girişimcilerin karşılaşmış oldukları bu problemler iş hayatında yer almalarına ve içerisinde oldukları girişimcilik faaliyetlerine olumsuz yönde etki ederek kadınların iş dünyasına giriş oranlarını da düşürmektedir. Cinsiyet farkı gözetmeksizin, girişimcilerin karşılaşmış olduğu problemlere ek olarak, kadınların üstlenmiş oldukları cinsiyet rolleri, ailesine karşı görevleri, bazı kadınların yeterli düzeyde eğitim alamaması, şirketlerde ki kurumsallaşmanın alışlagelmiş bir biçimde sürdürülmesi ve eksik noktaları bulunan kanuni düzenlemeler girişimcilik yolunda ilerleyen kadınların önlerine çıkan en büyük setler arasında yer almaktadır (Tahtalı, 2018: 81).

2.3.1. Eğitim ve Tecrübe Eksikliği

Girişimcilik yoluna girerken gerçekleştirilen faaliyetlerin tümünde ve girişimci olduktan sonra ki dönemde bireyin almış olduğu eğitim seviyesi başarılı bir işletmeye sahip olabilmek için cinsiyet farkı gözetmeksizin hem erkek hem kadın girişimciler adına önemli bir faktördür. Girişimciler almış oldukları temel eğitime ek olarak kriz yönetimi, finans, müşteri ilişkileri, pazarlama gibi girişimcilik için önemli olan alanlar ilgili derslere de gereksinim duymaktadır. Bu nedenle kişilere eğitim verilirken kültür derslerinin yanı sıra girişimcilik ile ilgili alanlarda da derslerin verilmesi girişimcilerin başarılı işletmeler ortaya koyabilmesi adına büyük önem taşımaktadır (Çiçek, 2019: 49). Bununla birlikte yüksek düzeyde eğitim almış olmanın, kadın girişimcilerin hayat standartlarını ve statülerini arttırarak geri planda kalmalarını engelleyen ve kendi özgürlüklerine ulaşmalarını sağlayan en önemli unsur olduğunu belirtmek mümkündür. Sosyal hayatın içerisinde olan geleneksel ön yargılar sebebiyle kadınların iş dünyasında gerekli tecrübeye ulaşamamaları, çıraklık ve iş eğitimi gibi faaliyetlerde bulunamamaları kadınların ihtiyaç duydukları bilgi ve deneyime ulaşmalarını engelleyerek girişimci olma sürecinin uzamasına neden olmaktadır. Eğitim düzeyinin yükselmesi sayesinde iş dünyasına girecek olan kadınlar çok daha etkili çalışmalar içerisinde yer alabilecek, meslek tercihi ve kariyerlerinde daha yüksek düzeylere ulaşabilecek, aile ve sosyal yaşam içerisinde saygınlığını arttırabilecek ayrıca çalışma hayatı içerisinde erkekler gibi söz söyleme hakkına sahip olabileceklerdir. Girişimci kadınlar da deneyim edindikçe işletmelerini büyüterek girişimciliğe yeni adım atmış olan kadınlara ışık tutacaklardır (Öztürk, 2016: 57- 59).

2.3.2. Finansal Zorluklar

Girişimci kadınların kendi işlerini kurmak için çıktıkları yolda karşılarına çıkan en önemli engeller arasında finansal yetersizliklerini temin etmede yaşadıkları zorluklar bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin finansal kaynak elde etme de erkek girişimcilere oranla

daha çok sorunla karşılaşmalarını iki temel neden bağlamak mümkündür. Bu nedenlerden ilki, kadın girişimcilerin kredi almak istedikleri kuruluşların talep ettiği maddi varlıklara sahip olmamaları ve kefil bulamamalarıdır. Diğer bir nedeni ise kredi verecek kuruluşların talep ettiği maddi varlıklara ek olarak önce ki iş deneyimleri, üretecekleri ürünün veya hizmetin niteliği, hitap edecekleri pazar gibi alanları da incelemeye alması, kadın girişimcilerin ise genellikle bu alanlarda yetersiz kalmasıdır. Ayrıca kredi geri ödeme sürelerinin düşük olması, kredi başvurularının hemen sonuçlanmaması gibi faktörlerden dolayı kredi kullanmaktan çekinmektedirler (Kaygın ve Güven, 2013: 102).

Girişim faaliyetlerini gerçekleştirme aşamasında erkek girişimciler şahsi varlıklarına ilave olarak bankalardan veya destek veren yatırımcılardan kredi imkânı sağlayabilirken, kadın girişimciler çoğunlukla şahsi birikimleri sayesinde girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedirler. Türkiye’de ki çoğu bankanın faaliyetleri nedeniyle kadınların eşlerinden veya erkek kefillerden kendileri için borç almasını istemeleri ya da teminat için varlıklarını ipotek vermeye izin almak zorunda kalmaları da kadın girişimcilere engel teşkil etmektedir (Keskin, 2014: 89). Ancak son dönemlerde kadın girişimcilerinde rahat bir biçimde kredi desteği alabilmeleri adına bankalar ve finansal destek sağlayan diğer kurumlar kadın girişimcilere yönelik kredi uygulamaları geliştirmeye başlamışlardır. Başlatılan bu uygulamalar kadın girişimcilere destekler sağlasa da henüz yeterli seviyelere ulaşmamıştır. Devletin de finansal kaynak sağlayan kuruluşlarla birlikte hareket ederek, gereken kanuni altyapıları da hazırlaması gerekmektedir (Bayraker, 2018: 46).

2.3.3. Bürokratik Engeller

Kendi işini resmi olarak kurmak ve faaliyet süreçlerini başlatmak oldukça fazla zaman ve emek gerektirmektedir. İş kurarken gereken bürokratik işlemler hakkında bilgi ve tecrübe sahibi olmamak iş kurmak için gereken vakti ve uğraşı daha da çoğaltmaktadır. Böylece girişimciler önemli sıkıntılarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bir işletmeyi kurabilmek için

gerçekleştirilmesi gereken işlemlerin sayısı bir hayli fazladır. Vergi dairesi, ticaret odası, belediye ve esnaf odalarında işlemlerin tamamlanmasının ardından işletme kurulmuş olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle kadın girişimciler daha yolun başındayken birçok bürokratik işle uğraşmak zorunda kaldıkları için girişimcilik faaliyetlerini sürdürmekte zorlanmaktadır (Çiçek, 2019: 52). Ayrıca kadın girişimciler erkeklere kıyasla girişimcilik hakkında daha az bilgi ve deneyime sahip oldukları için girişimcilik yoluna girmeleri çok daha zorlu olmaktadır. Kadın girişimciler kendi işlerini hayata geçirme ve resmileştirme sürecinde çok daha fazla vakit harcamakta ve uğraş vermektedirler. Kadınların girişimcilik yoluna girmelerine engel teşkil eden etmenlerden biri olan bürokratik engeller değerlendirildiğinde kurumsallaşmaya karşı tutum bunun önemli emarelerinden birini teşkil etmektedir. Pek çok girişimci kurumsallaşma faaliyetlerini karar verme süresinin uzaması şeklinde değerlendirmektedir. Ülkemizde ki bürokratik kalıplar, girişimcilerin kurumsallaşmaya özendirilmesine engel olmaktadır. Bu duruma sebep olarak kadın veya erkek girişimcilerin hantal bürokratik yapı içerisine girildiğinde gereksiz belge tekrarlarının ve zaman kayıplarının yaşanacağı yönündeki düşüncelerini göstermek mümkündür (Baraz, 2006: 126). Kadın girişimcilerin yasal ve bürokratik aşamada işlem sayısının fazla olmasından, zorunlu olarak yaptırılan bağışlardan, işlem sürelerinin uzun olmasından ve mevzuatların sürekli revize edilmesinden şikâyetçi oldukları görülmektedir. Devlet tarafından tahsil edilen vergi miktarlarının yüksek olması kadın girişimcilerin mali olarak sorunlar yaşamasına neden olduğu gibi birçok kadının girişimcilik fikrinden soğumasına da neden olmaktadır. Bunun yanı sıra kadın girişimcilere destek olan kamu kurumlarının özel ve sivil toplum kuruluşlarının sayısında ki yetersizlik, bu kurumlar arasındaki iletişimin az olması ve ortak bir biçimde hareket edemiyor olmaları, kadın girişimciler için engel teşkil eden konular arasında yer almaktadır (Toprakçı, 2018: 35).

2.3.4. Toplumsal ve Çevresel Tepkiler

Girişimci kadınların karşılaştıkları önemli engellerden bir diğeri de aile ve çevre tarafından oluşturulan baskılardır. Bekâr olan girişimci kadınlara aileleri destek verip yardımcı olurken, arkadaş akraba gibi yakın çevresinde bulunan kişiler çalışma hayatında ilerlemelerinin aile hayatını olumsuz etkileyeceğini ve aile kurmalarına mâni olacağını düşündüklerini belirtmektedirler. Bekâr girişimcilerin aksine evli olan girişimci kadınlar ise eşleri tarafından desteklenmektedirler. Fakat bu kadın girişimciler ailevi yaşamlarını düzenli bir şekilde yürütebilmeleri koşulu ile iş hayatında girişimcilik faaliyetlerini sürdürebileceklerdir. Kadınların çalışma hayatına atılması toplum tarafından hoş karşılanan ve alışılmış bir durum değildir. Bundan dolayı kadın girişimciler aileleri ve yakın çevreleri tarafından verilebilecek tepkiler ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Kadınların girişimcilik faaliyetleri içerisinde olmaları toplum tarafından hoş bir durum olarak değerlendirilmese de kadınlar bu tarz durumlar karşısında girişimci olma ve kendi işini kurma yolundaki faaliyetlerine devam ederek toplumsal tepkilere göğüs germek zorundadırlar (Özyılmaz, 2016: 57-58).

2.3.5. Örgütlenme

Bu kavram gerek şahsi işi için çalışan gerekse sonra ki dönemlerde bu konumda olabilmek için çalışacak kişiler için yabana atılamayacak kadar değerlidir. Bir örgüt oluşturulmadan yapılan çalışmalar, çalışan bireylerin gösterdiği çabaların karşılığını alamamalarına, düşük gelir ile çalışmalarına ve rekabetin yoğun olduğu bir pazarda güçlüklerle karşı karşıya kalmalarına neden olmaktadır (İlter, 2008: 97).

Kadınların girişimcilik faaliyetlerini yürütürken karşılaştıkları sorunları aşamamalarının sebebini yetersiz düzeyde örgütlenmeye bağlamak mümkündür. İyi bir örgütlenme yapısı içerisinde yer alan kadınlar birbirlerinin durumlarından haberdar olacakları için sorunlarını birlikte ve çabucak aşabileceklerdir. Bu nedenle kadın girişimcilerin

oluşturacakları bir örgütlenme, girişimciliğe yeni adım atacak kadınları desteklemek, işletmesini yeni kuran kadınlara yol göstermek, finansal kaynak sağlamaları noktasında destek olmak, aynı iş dallarında çalışanların arasındaki iletişimi sağlamak, hukuki problemlere destek olmak, diğer örgütlerle iletişim halinde olabilmek gibi gayelere hizmet etmelidir (Ersezer, 2019: 59).

2.3.6. Rol Çatışması

Girişimci kadınların, iş yaşamları ile iş dışındaki özel hayatları arasında yaşadığı sorunlara rol çatışması adı verilmektedir. Rol çatışması, kadın girişimcilerin karar almada zorlanma, endişe, baskı, stres, gerilim gibi unsurların ortaya çıktığı durumlarda veya çeşitli sebeplerle iki alandan birisi ile daha fazla ilgilenmesi ve bir alana daha çok vakit harcaması sonucunda diğer alana gereken önemi gösterememesi durumudur. Aile ve iş arasında yaşanan bu çatışmalar genellikle çalışma saatlerinin uzun olması, mesaiye kalınması, düzensiz iş koşulları gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır. Kadın girişimcilerin hem iş hayatında hem de aile hayatında var olan sorumluluklarını yerine getirmeye çalışması ve her ikisine de ayak uydurmak zorunda olması kadınların girişimcilik faaliyetleri önünde bir engel oluşturmaktadır (Soysal, 2010: 102). Bu alanda gerçekleştirilen çalışmalarda kadınların işte geçirdikleri sürenin, esnekliğe sahip olmayan çalışma programlarının ve iş hayatındaki stres yükünün rol çatışmasına ortaya çıkmasına olumlu yönde etki ettiği görülmüştür. Kadın girişimciler aile hayatlarında erkeklere oranla daha fazla sorumluluğu üstlendikleri için aile ve iş hayatı arasındaki dengeyi sağlayamadıkları takdirde toplum tarafından da eleştirile maruz kalmakta, bu durumda kadın girişimcilerde ki rol çatışmasının artmasına sebep olmaktadır. Rol çatışması içerisinde yer alan kadın girişimler iş hayatına yeteri kadar adapte olamadıkları için başarıyı yakalamakta zorlanmaktadır (Ersezer, 2019: 59).

2.3.7. Zaman Kısıtı

Zaman darlığı girişim faaliyetleri içerisinde olan veya girişimci olmak isteyen kadınların karşılarına çıkan engellerden biridir. Kadın girişimcilerin zaman konusunda sıkıntı yaşamasının sebepleri arasında hem işlerine hem de ailelerine karşı üstlendikleri sorumlulukları yerine getirmeye çalışmaları yer almaktadır. Ailevi işlere ve çocuk büyötmeye büyük ölçüde zaman ayıran kadınlar işletmelerine finansal kaynak sağlamak için gereken bilgileri, danışmanlık alabilmek için faydalanacağı kuruluşları, becerilerini geliştirebilmek için katılabileceğı eğitim programlarını, müşteri seçeneklerini ve daha iyi konumda ki tedarikçileri araştırmaya yeteri kadar zaman ayıramamaktadırlar (Soysal, 2010: 103).

2.4. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlara Karşı Çözüm Önerileri

Girişimci kadınlar kendi işlerini oluşturma ve büyöme sürecinde iş deneyimlerinin, eğitim eksikliklerinin, sosyal rollerinin yüklemiş olduğı sorumlulukların, ayrımcılığın, bürokratik problemlerin ve finansal sıkıntıların ortaya çıkardığı nedenlerden dolayı sorun yaşamaktadır. Kadınların girişimcilik yolunda ilerlemelerine engel teşkil eden bu tarz problemlerle başa çıkabilmeleri için birtakım çözüm önerileri geliştirilmelidir.

Girişimcilik yolunda kadınların yaşadığı en büyük problemlerden biri finansal kaynak bulmaktır (Lerner, Brush ve Hisrich, 1997). Bu problemin çözüme ulaştırılabilmesi için kadınların kendi işlerini oluşturmalarını engelleyen kredi şartları yumuşatılmalıdır. Kadın girişimcilerin en büyük sorunlarından bir tanesi sermaye teminidir (Güleç, 2011: 46). Finansal destek sağlayan çeşitli kuruluşların, talep ettikleri maddi varlıklar genellikle eşlerinin üzerine olduğı için kadın girişimciler ihtiyaç duydukları finansman için kuruluşlara teminat gösterememekte ve bu problem birçok kadının daha yolun başındayken vazgeçmesine neden olmaktadır. Girişimci olmak isteyen kadınların finans sağlayan kuruluşlarla ilgili yaşadığı bilgi, özgüven ve deneyim eksiklikleri de kadınların finansal kaynak elde etmesine engel olan

diğer sorunlardır. Kadın girişimcilerin bu problemleri aşabilmesi için finansal destek sağlayan kuruluşların kredi verirken bireyin taşınmasını istediği şartları esnetmesi, kadın girişimcilerin aldığı krediyi geri öderken zorlanmaması için faiz oranlarını düşük tutması gerekmektedir. Ayrıca kadın girişimcileri kapsayan özel kredi uygulamaları geliştirmesi, kredi sağlanan iş alanlarını azaltmaması ve kadın girişimcilerin nasıl finansal kaynak sağlayabileceklerini anlatan eğitici seminer ve benzeri uygulamalar geliştirmesi de gereklidir (Çelik, 2018: 78).

İhtiyaç duyulan eğitim seviyesinden geri kalmak kadınların en sık yüzleştiği problemlerdendir. Günümüzde, ülkemizde verilen eğitim şekli genç kadınların girişimcilik yeteneklerini yükseltecek ve değerlendirecek seviyede değildir. Kadınlar erkeklere kıyasla örgün eğitimi daha az görmekte ve biçimsel çalışma hayatında mücadele açısından zorluklarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Kadınları kapsayan iş eğitimleri, geleneksel yetenekleri ve cinsiyete dayalı ayrımcılığı devam ettirici şekildedir. Kadınlar sosyal yaşantının alışlagelmiş şeklinden dolayı meydana gelen problemlerle birlikte karşılaştıkları problemler sebebiyle gerek temel eğitim, gerekse iş eğitimi yönünden erkeklerden bir hayli geri seviyededirler (Cole ve Mehran: 2009: 6). Kadın girişimcilere verilen eğitimin girişimcilik alanında bilgi ve becerilerini yükseltecek şekilde yeniden düzenlenmesi iş dünyasında birçok zorluklarla karşılaşan kadınların sayısının azalmasına katkı sağlayacak böylece iş dünyasında kopmak zorunda kalan kadınların oranı da düşecektir. Ayrıca eğitim sisteminde cinsiyet ayrımcılığına ve toplum da yer etmiş olan kadına yönelik bazı önyargılara yer verilerek bunlar ortadan kaldırılmadığı sürece yaşanan problemler yıllarca devam edecektir (Açıl, 2018: 67). Girişimci kadınların örgün ve devamlı eğitim almaları sağlanarak kendi işlerini oluşturabilmeleri için girişimcilik alanında alt yapı oluşturacak şekilde eğitim planlamaları oluşturulmalı veya kısa süreli seminerler verilmelidir. Seminerlerde kadınlar iş açısından eksik kaldıkları noktaları düzelterek, işlerinde ihtiyaç duydukları araç ve gereçlerin nasıl kullanılacağını görebilirler. Girişimci olmak isteyen kadınların eğitime ulaşma olanaklarının yükseltilmesi, kadınların

bireysel olarak kendilerini ilerletmelerine ve refah düzeylerinin gelişmesine olumlu yönde etki etmekle kalmayıp ülkenin ekonomik seviyesini de yükseltecektir (Güleç, 2011: 47).

Kadınların kendi işlerini oluşturma ve resmileştirme sürecinde bürokrasinin yavaş işlemesi gibi problemler ile karşı karşıya kalmamaları için devlet ve diğer kurumların destek olmaları gerekmektedir. Kadınların problemleri ile ilişkili olarak toplumun bilgilendirilmesi ve kamuoyu meydana getirilmesi için bazı kurumlarla bilgilendirici ve eğitim verici programlar düzenlenmelidir. Pazar ekonomisi kurallarına uygun şekilde, kadınların her faaliyette işletme sahibi olarak görev almasına ön ayak olunması, mevcut olan projelerinin de desteklenmesi gerekmektedir (Özyılmaz, 2016: 66). Kadınlar çalışma dünyasına yönetici veya girişimci olarak her ne şekilde katılırlarsa katılsınlar iş dünyası içerisinde yer alan kadınlar iş kadını, anne veya eş gibi birçok sorumluluğu omuzlamaktadırlar. Öte yandan alışlagelmiş değer yargıları, bir yandan da iş dünyasının getirdiği şartları gerçekleştirme çabası, kadınların aile sorumlulukları ile iş dünyası arasındaki dengeyi kurmasına engel teşkil etmektedir. Kadının çalışma hayatına giriş düzeyinin yükselmesi kadının olması gerektiği yerin ev olduğuna ilişkin alışlagelmiş değer ve düşüncelerin farklılaşması sonucunu meydana getirmiştir. Çağımızda giderek çoğalan çocuk yuvaları gibi sosyal hizmetler ile ev için kullanılan elektrikli aletler kadının ev içerisindeki sorumluluk ve işini eskiye nazaran düşürmekte ve kadını evdeki işlerden kurtarmaktadır (Sinanoğlu, 2005: 63).

Kadınlar eski zamanlardan bugüne kadar cinsiyet açısından ayrımcılığa ve adaletsizliğe uğramışlardır (İlter, 2008: 116). Neredeyse bütün kültürlerde kız ve erkek çocuklara daha küçük yaşlarda farklı muamele gösterilmektedir. Toplum içerisine karışma aşamasında kızların sakin, ılımlı ve fedakâr; erkeklerin ise rekabetçi, aktif ve atılgan olma nitelikleri geliştirilmektedir (Kuzgun, 2004: 16). 1981'de BM tarafından kadına karşı ayrımcılığın engellenmesi adına bir sözleşme kaleme alınmıştır. Ülkemiz bu sözleşmeyi

1985’de kabul etmiş ve bunun neticesinde 1989’da Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, 1990’da da Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü kurulmuştur (Özyılmaz, 2016: 61).

Kadın girişimciler işletmelerindeki çeşitli iş alanlarına yatkın deneyimli eleman bulmakta da problemlerle karşılaşmaktadır. Bu problem kadın girişimcilerin işi için gereken kriterleri doğru bir şekilde belirleyememesinden, işe uygun elemanın kadın girişimciye karşı duyduğu güvensizlikten veya işe uygun bireylerin kadın bir işveren ile birlikte çalışmaya tereddütlü yaklaşmasından kaynaklanmaktadır. İşçi alımı için danışmanlık hizmeti sağlayan kuruluşlarla bu problem giderilebilse de kadın girişimcilere tecrübeli eleman sağlama, işçilerle iletişim kurabilme yöntemleri ve iş hayatında karşılarına çıkabilecek bu tarz sorunlarla ilgili eğitimler verilmesi daha doğru olacaktır. Gereken bu eğitim ülkemizde ortaokul, lise ve üniversite gibi ortamlarda oldukça düşük seviyede verilmektedir. Kadın girişimciler sonradan katılacakları eğitimler ve seminerlerle bu eksikliklerini kapatmaları gerekmektedir. Ayrıca bu eğitim veya seminerlere başarılı olmuş kadın girişimcilerin katılması diğer kadınlara örnek olacak rol model oluşturmalarına da fayda sağlayacaktır (Çelik, 2018: 79).

Kadın girişimcilerin işletmeleri için gerekli olan ucuz ve kaliteli araç gereçleri bulmaması iş dünyasında yaşadığı bir diğer problemdir. Erkek girişimcilere oranla Pazar hakkındaki bilgilerinin yetersiz düzeyde olması, kadın olmalarından dolayı değişik fiyatlandırmaya tabi tutulmaları ve pazar için gerekli olan araştırmaları gerçekleştiremiyor olmaları bu problemin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sorunun ortadan kaldırılabilmesi için piyasaları ve pazarları denetleyen kuruluşların, aracı kuruluşların ve kadın girişimcilerin üye oldukları odaların destek sağlaması gerekmektedir (Açıl, 2018: 68).

2.5. Türkiye’de Kadın Girişimciliği

Son dönemlerde ülkemizde girişimcilik konusu erkekler kadar kadınların da ilgisini çekmeye başlamıştır. Dünyada çalışan kadınların oranı, demografik şekillerin gösterdiği değişiklikler kadınları etkileyerek onlarında çalışma hayatına girmelerini sağlamıştır. Dünya genelinde yarış içerisinde olan ülkelerin iş ortamı gözlemlendiğinde birçok ülkeye nazaran ülkemizde ki kadın girişimcilerin seviyesi yetersizdir. Ayrıca kadın girişimciliği üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda azdır (Efe, 2016: 139). Ülkemizde 1950’li dönemlerden itibaren kadınlar üzerinde gerçekleştirilen araştırmalarla ortaya koyulan tezlerde kadınlar için ev haricinde faaliyet göstermenin öncelikli amaç olmadığı, kadınların çalışma hayatını zorunlu veya sürekliliği olmayan bir faaliyet olarak gördükleri, esas olmak istedikleri yerin ev, gerçekleştirmek istedikleri işin ise ev hanımlığı ve annelik olduğu gözlemlenmektedir. Ülkemizde kadın girişimciliği 1970 yılında meydana gelen ekonomik buhran dönemi sonrasında toplumda meydana gelen şekil değişikliklerinden ve uluslararası para fonu, dünya bankası gibi finansal kurumların üçüncü dünya ülkelerine önerdiği yapısal ayak uydurma projelerinden etkilenmiştir. Türkiye’de 1980’li dönemlerden başlayarak kadınların iş hayatına girmeleri hususunda yapılan araştırmalar hızlanmıştır. 1990’lı dönemlerde de gerçekleştirilen araştırmalar sürekliliği olan bir grafik ortaya koymuştur (Bedük, 2005: 110). Ülkemizde 1990’lı yıllardan itibaren kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini yükseltmeye yönelik faaliyetlerinde artış görülmektedir.

Türkiye’de kadın girişimciliği ilk olarak 1992 yılında ayrıntılı bir biçimde incelenerek, kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi, eğitim ve kredi sağlanması gibi sorunların üzerinde durulmuştur. Türkiye’de ekonomik gelişmenin sağlanmasında, iş kaynaklarının çoğaltılmasında ve sürekli üretim vizyonunu benimseyerek dünya ölçeğinde faaliyet gösterebilecek kapasiteye sahip firmalar oluşturmada, girişimci kadınların önemli bir etmen olabileceği görülmektedir. Yaşadığımız dönemde Türk kadını beceri ve risk alma gibi

özellikler gerektiren çeşitli iş dallarında görev almaktadırlar. Son dönemlerde kadınların iş dünyasında daha fazla yer bulmasında çalışma hayatının daha uygun ve imrendirici hale gelmesi ayrıca kadınları iş yaşantısında kollamaya yönelik kanuni değişikliklerin yapılmış olması büyük etken olmuştur. Kadınların kendileri ve istihdam sağladıkları bireyler için iş alanları oluşturmaları, ayrıca iş dünyasında giderek aktifleşmeleri kadınların sosyal yaşantı içerisinde ki konumunu yükseltmesine ve gelir düzeyindeki haksızlığın engellenmesine olumlu yönde etki etmektedir. Bu nedenle ülkemizin kültürel ve ekonomik seviyesinin yükselmesine yardımcı olmak ayrıca sürekliliği olan bir kalkınma hareketini gerçekleştirmek için ekonomik katkıda bulunan kadın girişimci sayısını çoğaltmak, mevcut olan kadın girişimcileri de desteklemek gerekmektedir (Arıkan, 2013: 30-31-32). Bu doğrultuda ülkemizde ki kadınların istihdama katılım yüzdeleri Tablo 4 'de belirtilmiştir;

Tablo 4. Kadınların İşgücüne Katılma Oranları - 2015/2019 (%)

YILLAR	(15-64) ve Kadın
2015	35
2016	36,2
2017	37,6
2018	38,3
2019	38,7

Kaynak: TÜİK, 2020.

Tablo 4'de Türkiye'de kadınların işgücüne katılım oranları verilmiştir. 2015 yılında kadınların işgücüne katılım oranının %35 olduğu görülmektedir. Bir sonraki yılın verileri incelendiğinde iş gücüne katılım oranının 1,2'lik bir artışla % 36,2'ye çıktığı sonucuna ulaşılmaktadır. 2017 yılında da 1,4'lük bir büyümenin olması, 2015 yılından 2017 sonuna kadar kadınların işi gücüne katılım oranının ufak artışlarla devam ettiğini göstermektedir. Ancak sonra ki yıllara ait oranlara bakıldığında 2015 ile 2017 yılları arasında yakalanan ortalama 1,3'lük artışın düşüşe geçtiği anlaşılmaktadır. 2017'de %37,6 olan iş gücüne katılım

oranı 2018 yılında sadece 0,8'lik bir artış göstererek %38,3'e ulaşabilmiştir. 2019 yılında da iş gücüne katılımındaki artış oranı azalmaya devam etmiş ve sadece 0,4'lük bir büyüme elde edilebilmiştir. Kadınların iş gücüne katılım oranı sürekli bir yükseliş içerisinde olsa da özellikle 2017'den sonra ki büyüme oranlarında yaşanan düşüş, kadınların iş gücüne katılımlarının artmasını sağlayacak yeni yolların aranması gerektiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Girişimciliğe özendirilerek kadınların işgücüne kazandırılması bir ülkenin toplumsal ve ekonomik hayatı açısından önemli bir konuma sahiptir. Kadınların girişimcilik faaliyetleri neticesinde ekonomiye katılmaları istihdam yaratılarak işsizliğin azalmasına ve yeni iş alanlarının oluşturulmasına zemin hazırlayacaktır. Bir ülkede işsizlik oranının az olması ve istihdam oranının yüksek olması ülke ekonomisinin verimliliğini ve gücünü gösteren en önemli etmenlerden biridir.

Gelişmekte olan ülkeler statüsünde ki ülkemizin, ekonomik seviyesini yükseltebilmesi için küresel anlamda birçok ülkeden geri kaldığı kadın istihdamı oranını yükseltmesi bunun için de çeşitli uygulamalar ve projeler geliştirmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda ülkemizde hazırlanan kalkınma planlarında kadına ve kadın girişimciliğine yer verilmektedir. 11.'si hazırlanan kalkınma planında kadının statüsünü arttırmak ve ekonomide daha fazla yer almalarını sağlamak amacıyla çeşitli kararlar alınmıştır. Alınan kararlar çerçevesinde kadın eğitimi ve istihdamı oranlarında 2023 yılı hedefleri Tablo 5'de paylaşılmıştır;

Tablo 5. 11. Kalkınma Planı 2023 Yılı Kadın Hedefleri

	2018	2023
Okullaşma Oranı, Kadın (ilkokul) %	91,6	100
Okullaşma Oranı, Kadın (ortaöğretim) %	83,4	100
Okullaşma Oranı, Kadın (yükseköğrenim) %	47,4	60
Kadın İstihdam Oranı (%)	29,4	39
İşgücüne Katılım Oranı, Kadın (%)	34,2	38,5
Parlamentodaki Kadın Temsil Oranı (%)	17,3	20
Kendi Hesabına Çalışanlar İçindeki Kadın Oranı (%)	17,8	20
İşveren Olarak Çalışanlar İçindeki Kadın Oranı (%)	8,7	10

Kaynak: SBB, 2019.

Tablo 5’de kadın eğitimi ve istihdamına yönelik 2023 hedeflerini içeren veriler yer almaktadır. Kadın eğitime yönelik veriler incelendiğinde ilkokul seviyesinde ki %91,6’lık okullaşma oranının 2023 yılında %100’e, ortaokul seviyesinde ki %83,4’lük okullaşma oranının %100’e, yükseköğrenim seviyesinde ki %47’lik okullaşma oranında %60’a yükseltilmesinin hedeflendiği görülmektedir. Bu veriler arasında en dikkat çeken 12,6’lık bir artışın hedeflendiği yükseköğrenim seviyesinde ki okullaşma oranıdır. Düşük bir seviyede bulunan bu oran hedeflendiğinden daha yüksek seviyelere çıkarılması gerekmektedir. Çünkü yüksek düzeyde eğitim almış kadınların iş dünyasında başarıya ulaşmaları yani iş gücüne katılım oranları daha yüksek olacaktır. İş gücü içerisinde yer alan kadınların %17,8’lik kısmı kendi hesabına, %8,7’lik kısmının ise işveren olarak çalıştığı görülmektedir. İşveren olarak çalışan kadınlarda hedeflenen 1,3’lük artışın kadınların içersinde yer aldığı güçlü bir ekonomi için yetersiz olma ihtimali yüksektir. Kadınların iş hayatı içerisinde karşılaştıkları cinsiyetçilik, önyargı, rol çatışması, finansal zorluklar ve bürokratik engeller gibi sorunlara geliştirilebilecek çözümler ile hedeflenen 1,3’lük artışın daha da büyütülebilmesi mümkündür.

Böylece kadın istihdamı gelişecek, daha sağlam temellere oturan ve kadınların içinde rahat bir şekilde bulunabildiği ekonomi oluşturulacaktır.

Kadın eğitimi ve istihdamına yönelik 2023 hedeflerinin gerçekleştirilebilmesi adına hazırlanan 11. Kalkınma Planı'nda kadınların ekonomik, kültürel, sosyal hayata ve karar alma süreçlerinin her aşamasına etkin bir şekilde katılımının yerel düzeyden başlayacak biçimde özendirilmesi, kadınların ekonomik yönden geliştirilmesi amacıyla kadın girişimcilere işlerini geliştirme aşamasında rehberlik ve bilgi danışmanlığı olanaklarının sağlanması, kadın girişimciliğinin özellikle kırsal alanlarda yükseltilebilmesi için gereken düzenlemelerin yapılarak desteklenmesi, illerin ihtiyaç duyduğu iş alanlarına yönelik kadınlara eğitim, staj gibi desteklerin sağlanması, kadın girişimcilerin kooperatif kurmalarına destek sağlanabilmesi için gerekli olan hukuki değişikliklerin gerçekleştirilmesi, kooperatif ile ilgili eğitimlerin ve danışmanlık hizmetlerinin arttırılması gibi maddelere yer verilmiştir. Ayrıca günümüzde aktif bir biçimde kullanılan ve gelecekte ekonomilere yön vereceği düşünülen e-ticaret uygulamalarında kadın girişimcilerin bilinçlendirilmesi adına, kadınların aplikasyon, internet sitesi, portal gibi internet ortamlarında ekonomik girişimlerinin geliştirilmesini amaçlayan uygulamaların hayata geçirilmesi ve kadınların e-ticarette gelişmelerini sağlamaya yönelik eğitim ve seminerlerin verilmesi gibi maddelerde bulunmaktadır. Kalkınma planında yer verilen maddeler ülkemizdeki kadın istihdamının geliştirilmesi için umut verici düzeydedir. Ancak yapılması hedeflenen uygulamaların devamlılığının sağlanması bu süreçte hayati önem taşımaktadır.

2.6. Kadın Girişimciliği İle Motivasyon Arasındaki İlişki

2.6.1. Motivasyon Kavramı

Motivasyon sözcüğü ilk defa ruhbilimcilerin kullanmasıyla 1880'li yılların başlarında ortaya çıkmıştır. Esas olarak insanın hal ve hareketlerini temel alan motivasyon kelimesi

Latince’ de ki “movera” sözcüğünden türetilerek meydana getirilmiştir. İngilizce’ de ki motive kelimesinden dilimize aktarılan motivasyon kavramı, dürtü ve harekete geçme gibi anlamlarda kullanılabilmektedir. Aynı biçimde motivasyon kelimesinin özendirme, heveslendirme, teşvik etme, yönlendirme gibi çeşitli manalarda da kullanıldığı gözlemlenmektedir (Ruthankoon ve Ogunlana, 2003: 333).

Motivasyon kelimesinin anlam bakımından geniş kapsamlı olması ve birçok bilim dalının içerisinde yer alıyor olması nedeniyle araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Birçok tanımlamanın bulunması nedeniyle motivasyon kavramının net bir tanım kazanması oldukça güçleşmiştir. Ancak gerçekleştirilen literatür çalışmalarında motivasyon kavramı genel olarak güdü kelimesi ile bağdaştırılmıştır. Motivasyon kavramının genel bir biçimde tanımlamak gerekirse ruhsal ve fizyolojik olarak tatmin edilmemiş bir gereksinimi karşılamak amacıyla faaliyete geçme şeklinde tanımlamak mümkündür (Kıray, 2019: 3). Literatür çalışmalarında motivasyon kavramı ile ilgili gerçekleştirilen diğer tanımlamalarda aşağıda ki gibidir;

- Motivasyon, çalışanın istenen becerileri sağlayarak, yapması gereken işi bitirmeye teşvik etmek anlamına gelmektedir (Ergül, 2005: 69).
- Motivasyon, işgörenin gereksinim duyduğu eksikliklerinin giderilerek işletmenin hedeflerine ulaşmasına en üst düzeyde katkı sağlamasıdır (Önen ve Kanayran: 2015: 49).
- Motivasyon, bireyin ihtiyaç duyduğu gereksinimleri, ulaşmak istediği hedefleri ve istekleri doğrultusunda karar vererek faaliyete geçmesi olayıdır (Koçyiğit, 2016: 17).

Motivasyon, bireyin hareketlerini ve verimliliğini etkileyen önemli bir süreçtir. Motivasyonunu en belirgin özelliklerinden biri kişiye özel olmasıdır. Yani bir kişiyi motive eden herhangi bir unsur başka bir kişinin motive olmasına katkı sağlamayabilmektedir.

Bununla birlikte motivasyonun birey üzerinde ki etkisi sadece kişinin hal ve hareketlerinin incelenmesiyle gözlemlenebilmektedir (Öztürk, 2019: 4). Motivasyonun etkin olduğu en önemli rol de bireyin hareketlerinin değiştirilmesi ve işletmeye en yüksek verimlilikte katkı sağlamasına etki etmesidir. Ancak verimliliğe etki eden yalnızca motivasyon değildir, beceri, dürtü, karakteristik özellikler gibi etkenlerde bireylerin verimliliğinin artmasına katkı sağlayan diğer unsurlardır (Mercanlıoğlu, 2012: 48).

Motivasyon bireylerde aşağıdaki aşamaların gerçekleşmesi sonucunda oluşmaktadır. Bu aşamalar;

- **İhtiyaç:** Kişilerin karşılamaya çalıştığı birçok arzuları ve gereksinimleri bulunmaktadır. Bireydeki motivasyonun yapı taşını da bu arzular ve gereksinimler oluşturmaktadır. Ortaya çıkan istekler neticesinde motivasyon süreci de başlamış olmaktadır.
- **Uyarılma:** Ortaya çıkan gereksinimleri karşılayabilmesi için kişilerin uyarılmaya ihtiyacı vardır.
- **Davranış:** Gereksinimlerini karşılayabilmek için uyarılan birey bu doğrultuda bir hareket sergiler.
- **Doyum:** Gereksinimlerinin gidermiş olan bir birey doyum noktasına ulaşır, böylece motivasyon süreci tamamlanmış olur.

Temel olarak motivasyon bireylerin hal ve hareketlerini anlayabilmek adına büyük öneme sahiptir. Şayet bireylerin ihtiyaç duyduğu motivasyon şartları sağlanamazsa verimlilik olarak nadiren yeterli seviyelere ulaşabileceklerdir. Bu nedenle bireyler açısından motivasyonu devamlı hale getirebilmek için örgütsel ve kişisel hedefleri birbiriyle uyumlu hale getirmek önemlidir (Kıray: 2019: 6).

2.6.2. Kadın Girişimciliği Açısından Motivasyonun Önemi

Motivasyon esas itibariyle yaratıcılığın ve girişimciliğin ilk aşamasıdır. Ayrıca girişimcilikte merak ve güdüleme olmazsa olmaz temel bileşenler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla girişimci olabilmek için gerekli olan bu üç etkenden biri olan motivasyon eksik olursa, birey içerisindeki yaratıcılığı ve yenilikçi düşünceleri harekete geçiremeyeceğinden girişimcilik faaliyeti gerçekleştirilemez. Bireydeki yaratıcılık duygusu ve yaratıcılığa karşı duyulan istek içsel motivasyon anlamına geldiği için motivasyon ile yaratıcılığı birbirinden ayrı tutmak pek mümkün değildir. Motivasyon kavramı bireyin içerisinde barındırdığı yetenek ve becerilerini bir hedef doğrultusunda kullanmasına katkı sağlayan istek, dürtü, heves gibi enerji uyandıran güç şeklinde tanımlanmaktadır. İsabetli ve doğru şekilde bir amacın belirlenmesi, girişimci olmak isteyen bireyler için en önemli motivasyon kaynaklarından biridir. Belirlenen amaçlara ulaşılması, kendini gerçekleştirme ve başarıma hissi gibi bireyin yüksek ihtiyaçlarını tatmin etmesi anlamına gelmektedir. Amaçlarına ulaşarak elde ettiği başarının sosyal çevresi tarafından da takdir edilmesi bireyin tatmin olma derecesini ve hızını arttıracaktır. Dolayısıyla kadınların da girişimci olabilmek için kendilerine uygun bir alanı hedef olarak belirleyip motivasyon kaynaklarını oluşturmaları gerekmektedir (Cici, 2013: 73).

Türkiye’de kadınların iş gücüne katılma oranının düşük olduğu bilinmektedir. Bu nedenle potansiyel girişimci özelliğine sahip kadınların girişimcilik faaliyetlerini doğru ve başarılı bir şekilde yönetmeleri oldukça büyük bir öneme sahiptir. Girişimcilik faaliyetlerinin başarılı bir biçimde devam ettirilebilmesi için ise bireylerin zorluklara karşı direncini arttıran motivasyonel kaynakların belirlenmesi gerekmektedir (Özdemir, 2010: 132). Kadın girişimcilerin motivasyon kaynakları genellikle sosyal çevrelerine dayanmaktadır. Toplumlarda ki sosyo-kültürel değerlerin günden güne değişmeye başlaması sonucunda pek çok kadın eğitim seviyesini yükseltmekte ve iş dünyasına adım atabilmektedir. Bu durum da kadınların girişimciliğe yönelmesine büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Ayrıca finansal ve

kişisel kazanımlar kadınları birer girişimci olmaya motive eden diğer unsurlardır. Birçok kadın girişimci, kendi işine sahip olmanın bireysel bir tatmin ve motive kaynağı olduğuna dikkat çekmektedir (Keskin, 2013: 85).

2.7. Başlıca Motivasyon Teorileri

İnsanların motivasyonlarına etki eden unsurları açıklamak için birçok teori üretilmiştir. Motivasyon ile ilgili teoriler literatürde kapsam ve süreç teorileri olarak iki grupta incelenmektedir. Kapsam teorileri daha çok bireyin iç etkenleri üzerinde dururken, süreç teorileri ise bireyin dışa dönük etkenleri üzerinde durmaktadır. Başka bir deyişle kapsam teorileri, bireylerin gereksinimlerinin giderilmesi ve tatmin edilmesi gibi ihtiyaçları ele alırken, süreç teorileri bilimsel süreçleri yani kişinin zihninde yer eden ve davranışlarını etkileyen durumları ele almaktadır (Kıray, 2019: 7).

2.7.1. Kapsam Teorileri

Kapsam teorileri kişilerin duyduğu ihtiyaçların onları motive eden en önemli unsur olduğunu vurgulamaktadır. Gıda, başarı ve maddi ödüller gibi birçok temel ihtiyaç bireyleri davranışa yönlendirir. İçsel dürtülere dönüşen bu ihtiyaçlar tatmin olmak isteyen bireyi belirli davranışlar sergilemesi için motive etmektedir. Böylece yönetici çalışanı belirli davranışlara yönlendiren temel motivatörleri ne kadar iyi ölçüde anlayabilirse bireyi örgütsel amaçlar doğrultusunda yönlendirme ve örgütte ki ödül sistemini bu ihtiyaçları giderecek şekilde planlama imkanına sahip olabilir. Kapsam teorileri “Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi, Herzberg’in Çift Faktör Teorisi, Alderfer’in ERG Teorisi ve David Mc Clelland’ın Başarı İhtiyacı Teorisi” olmak üzere dört grupta incelenmektedir (Şimşek ve Çelik, 2014: 103).

Kapsam veya süreç teorilerinin arasında en çok bilineni Abraham Maslow’un geliştirdiği ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisidir. Bu teori insanların sergilediği her davranışın belirli bir ihtiyacı karşılamak için olduğu ve bu ihtiyaçların önem derecesine göre hiyerarşik bir

sıralamasının bulunduğu varsayımına dayanmaktadır. Maslow'a göre alt basamaklardaki ihtiyaçlar karşılanmadığı sürece üst basamaklarda bulunan ihtiyaçlar bireyi davranışa sevk etmez. İhtiyaçların bireyi davranışa yöneltmesi ihtiyaçların karşılanma derecesine bağlıdır. Karşılanan her ihtiyaç bireyi motive eder ve üst basamaktaki ihtiyaçlar için bireyi davranış sergilemeye sevk eder (Güney, 2015: 265). İhtiyaçlar hiyerarşisi teorisine göre bireyi motive eden beş temel ihtiyaç grubu vardır. Bu ihtiyaçlar şu şekildedir (Şimşek ve Çelik, 2014: 104);

- **Temel Fizyolojik İhtiyaçlar:** Giyecek, yiyecek ve barınma.
- **Güvenlik İhtiyaçları:** Tehlikeden korunma, güven içinde olma.
- **Aidiyat ve Sosyal İhtiyaçlar:** Sevgi, kazanma, aile, arkadaşlar ve toplum grupları.
- **İtibar ve Saygı Görme İhtiyacı:** Statü kazanma, başarı, kendini geliştirme ihtiyacı, eğitim, kişisel gelişim ve yaratıcılık.

Frederick A.Herzberg'in geliştirmiş olduğu çift faktör teorisinde motivasyonu belirleyen iki ayrı faktörü ele almıştır. Bunlardan ilki olan motivasyonel faktörler içerisinde başarı, takdir, işin kendisi, ilerleme, sorumluluk ve geliştirme imkanı gibi unsurlar yer almaktadır. Bu faktörlerin gerçekleşmesi halinde bireylerin motivasyon düzeylerinin yükseldiği, gerçekleşmemesi durumunda ise büyük bir motivasyon düşüklüğü ve iş doyumsuzluğu yaratmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer faktör ise hijyen faktörleridir. Ücret, çalışma koşulları, fiziksel koşullar, kurum politika ve yönetimi, astlar ile yöneticiler arasında ki ilişkiler ve kişisel yaşama saygı unsurları hijyen faktörler içerisinde yer almaktadır. Bu faktörler var olduğunda birey motive olur ve iş tatmini sağlanır. Hijyen faktörlerinin yetersiz olması durumunda ise bireyin motivasyonu düşer, tatminsizlik ve hoşnutsuzluk meydana gelir (Kaplan, 2007: 39).

Clayton Alderfer, Maslow'un geliştirdiği ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisini daha sade hale getirerek ERG teorisini geliştirmiştir. Bu teoride de ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde olduğu gibi alt kademedeki ihtiyaçlar karşılanmadığı sürece st kademedeki ihtiyaçlara geçilemez. ERG teorisine göre insan ihtiyaçları, var olma ihtiyacı, ilişki kurma ihtiyacı ve geliştirme ihtiyacı olmak üzere üç gruba ayrılır. Var olma ihtiyacı, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde ki fizyolojik ihtiyaçlara, ilişki kurma ihtiyacı, güvenlik ve sosyal ihtiyaçlara, gelişme ihtiyacı ise saygınlık ve kendini geliştirme ihtiyacına karşılıklı gelmektedir (Güney, 2015: 271-272).

Kapsam teorilerinin sonuncusu olan başarı ihtiyacı teorisi David Mc Clelland tarafından geliştirilmiştir. Bu teoriye göre insan ihtiyaçları öğrenme sonucunda önem kazanır ve bireyin ihtiyacı olan en önemli unsur başarılı olmaktır (Güney, 2015: 269). Bu teorisin temelinde başarma, g kazanma ve birlikte olma ihtiyacı şeklinde üç temel faktör bulunmaktadır. Başarı ihtiyacına göre kişilerin yaptığı işlerde ulaşmak istedikleri kusursuzluk çabasının temel sebebi içlerinde barındırdıkları başarı ihtiyacıdır. G kazanma ihtiyacı, içerisinde diğer insanları etkileme isteğini, olaylara etki etme dürtüsünü ve hayatta farklılık yaratma isteğini bulundurmaktadır. Birlikte olma ihtiyacı ise sosyal ilişkiler geliştirmeyi ifade etmektedir. Bu ihtiyacı güçlü olan kişiler insanlarla güçlü sosyal bağlar oluşturmaya ve geliştirmeye büyük önem vermektedirler (Kıray, 2019: 16).

2.7.2.Süreç Teorileri

Motivasyon kavramı çerçevesinde geliştirilen süreç teorileri, çalışanların ihtiyaç duydukları gereksinimleri karşılayacakları davranışsal faaliyetleri seçme tarzlarını ve bu seçimin neticede başarıya ulaşıp ulaşmadığını araştıran motivasyonel yaklaşımlar şeklinde açıklanmaktadır. Başka bir deyişle, kapsam teorileri kişileri harekete sevk eden gereksinimler üzeride dururken, süreç teorileri bu gereksinimleri giderecek çevresel etkenler veya ödüller üzerinde durmaktadır. Süreç teorileri arasında "Vroom'un Beklenti Teorisi, Lawler ve

Porter'in Beklenti Teorisi, Skinner'in Pekiştirme Teorisi, Adams'ın Eşitlik Teorisi ve Locke'nin Amaç Teorisi" önemli bir yere sahiptir (Şimşek ve Çelik: 2014: 111).

Beklenti teorisi Vroom tarafında geliştirilmiştir. Bu teoriye göre bireylerin iş yaşamlarında gösterdikleri başarı, ihtiyaçlarının karşılanmasından çok ödüllendirilmiş davranışlarının sonucunda ortaya çıkmaktadır. Beklenti kuramı bireyin gösterdiği çaba, performans ve istek derecesi arasında ki ilişkiye dayanmaktadır (Güney, 2015: 275).

Süreç teorilerinden bir diğeri Porter ve Lawler tarafından geliştirilen beklenti teorisidir. Bu teori Vroom'un beklenti teorisini esas almaktadır. Fakat Vroom'un teorisine ek olarak bireyin gayreti, yeteneği, bilgisi ve algılamalarından meydana gelen rol değişiklikleri dikkate alınarak gösterdiği performans ödüllendirilmektedir. Lawler ve Porter'e göre bireyin gösterdiği gayret sürekli yüksek bir performans ortaya çıkarmaz. Birey ne kadar gayret ederse etsin, gerekli bilgi ve yeteneğe sahip değilse başarıya ulaşma ihtimali oldukça düşüktür (Küçüközkan, 2015: 107).

Pekiştirme teorisi Burrhus F. Skinner ve Pawlov tarafından hayvanlar üzerinde gerçekleştirilen çalışmalara dayanan bir teoridir. Skinner yapmış olduğu çalışmalarda kişinin haz duyduğu davranışı tekrar edeceği ancak acı duyması halinde bu davranışı tekrarlamayacağı sonucuna ulaşmıştır. Bilişsel teoriler ihtiyaçların davranışlara sebep olduğunu öne sürerken, pekiştirme teorisinde dışsal faktörlerin davranışlara sebep olduğu savunulmaktadır. Pekiştirme teorisinin savunmuş olduğu kişinin davranışlarına etki eden pekiştirme çeşitleri olumlu pekiştirme, olumsuz pekiştirme, cezalandırma ve ortadan kaldırma olarak sıralanabilir. Olumlu pekiştirmede bireyin istenilen davranışı tekrar etmesi için para, övgü vb. özendirici unsurlarla teşvik edilir. Olumsuz pekiştirme ise bireyin sergilemekte olduğu bir davranışı tekrarlamasını engellemek için uygulanan önlemlerdir. Davranış pekiştirme yöntemlerinden bir diğeri olan cezalandırma hoş karşılanmayan bir davranışı

engellemek için kullanılan yöntemdir. Son pekiştirme yöntemi olan ortadan kaldırma ise bireye sağlanmış olan iyi özendiricilerin ortadan kaldırılarak onun istenmeyen davranışları ilerleyen dönemlerde tekrarlamayacağı düşüncesine dayanmaktadır (Güven, 2004: 72-73).

Süreç teoriler arasında önemli bir yeri olan eşitlik teorisi J.S Adams tarafından geliştirilmiştir. Bu teoriye göre bireyin başarısı ve tatmin olma durumu iş ortamında hissettiği eşitlik veya eşitsizlik ile doğrudan ilgilidir. Kişi çalıştığı ortamda bir eşitsizlik yapıldığını hissettiğinde bu eşitsizliği ortadan kaldıracak davranışlar sergiler. Ancak Adams'a göre kişi işletme için gösterdiği performans ile işletmenin kendisine sağladığı imkânları eşit olarak değerlendiriyorsa motive olur ya da işletmenin kendisine sağladığı imkânların daha fazla olduğunu düşünüyorsa bu durum kişiyi daha çok motive olmaya sevk eder (Güney, 2015: 277).

Süreç teorilerinin sonuncusu olan amaç teorisi Edwin Locke tarafından geliştirilmiştir. Bu teoriye göre hem örgütsel amaçlar hem de kişisel amaçlar motivasyon düzeyini belirlemektedir. Amaçlara ulaşma düzeyi ile bireyin motivasyonu birbiriyle yakından ilişkilidir. Amaç teorisine göre kişisel amaçların belirlenmesi motivasyonu dört şekilde etkilemektedir (Şimşek ve Çelik, 2014: 119);

- Bireyin almış olduğu sorumluluğa daha dikkatli bir şekilde odaklanmasını sağlar.
- Bireyin gayretini arttırır.
- Rekabeti ve başarıya ulaşmak için kararlılığı arttırır.
- Örgütsel amaçlar çalışanlar tarafından benimsenmiş ise o amaçları gerçekleştirebilmenin yollarını ararlar.

2.8. Kadın Girişimciliğini Etkileyen Motivasyonel Faktörler

Kadınların işgücüne katılımı yaşadıkları ülkenin ekonomik ve sosyal hayatına göre farklılıklar gösterebilmektedir. Bu konu özelinde gerçekleştirilen diğer çalışmalarda kadınların, ekonomik sıkıntıların, özellikle enflasyon oranının yüksek olduğu dönemlerde iş gücüne katıldıkları görülmektedir. Kadınları girişimci olmaya sevk eden birçok faktör bulunmaktadır (Özgür, 2019: 27). Maddi imkânsızlıklar kadınları girişimciliğe yönlendiren en temel faktördür. Bunun yanı sıra kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kendi iş yerini kurma, belirli bir ücret karşılığında başkasının emrinde çalışmak istememe gibi birçok sebep kadınları girişimciliğe yönlendiren önemli unsurlar arasındadır. Kadın girişimciler ekonomik özgürlüğe sahip olabilmek için sosyal, psikolojik ve maddi açıdan tüm riskleri üstlenirler. Ayrıca çalışma sürelerinin fazla olması gibi çeşitli nedenlerde kadının girişimci olması önünde bir engel oluşturmaktadır. Bazı kadın girişimciler ise ailevi ilişkilerini güçlendirmek, işi ve ailesi arasında bir bütünlük kurmak amaçları doğrultusunda iş sahibi olmayı istemektedirler (Sinanoğlu, 2005: 57-58).

Motivasyon ve girişimcilik üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda erkek ve kadın girişimcileri motive eden birçok faktörün ortak olduğu görülmüştür. Her iki cins de bağımsız olma ve başarıyı elde edebilme arzusu ile motive olup, önceden gerçekleştirmiş olduğu girişimcilik faaliyeti başarısızlık ile sonuçlanmışsa bunun etkilerini halen üzerinde taşımaktadır. Girişim faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için kendi öz varlıklarına güvenmekte, rekabet ile yukarılara tırmanma, ekonomik ve sosyal güce ulaşma gibi motive edici faktörlerde benzerlikler göstermektedirler. Ancak kadınları girişim faaliyetine motive eden unsurlarda erkeklerden ayrıldığı noktalarda bulunmaktadır. Ülkemizde ve küresel anlamda kadınların bireysel doyuma ulaşma ve özgürlük gibi unsurlarla, yani maddi olmayan unsurlarla erkek girişimcilere oranla daha fazla motive oldukları görülmektedir. Bu nedenle kadınları girişimciliğe sevk eden önemli unsurlardan biride iş bulmada veya çalışmış olduğu

kurumda karşılaşmış olduğu (cam tavan sendromu, baskı, cinsiyet ayrımcılığı, düşük ücret, kısıtlı sosyal olanaklar vb.) zorluklardır (Özgür, 2019: 27).

Kadınların girişimcilik alanlarında rol oynamak istemelerinin nedenlerini belirleyebilmek için birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar kapsamında kadınları girişimciliğe yönlendirerek kendi işlerini kurmak istemelerine neden olan olumlu ve olumsuz motivatörlerin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Olumsuz motivatörler kadınları girişimci olmaya iten sebeplerden oluşurken, olumlu motivatörler ise kadınları girişimci olmaları için cezbeden ve isteklendiren sebeplerden oluşmaktadır (Yetim, 2002: 87; Keskin, 2014: 74). Kadınları girişimciliğe motive eden olumlu ve olumsuz motivatörler aşağıda verilen Tablo 6'da belirtilmiştir;

Tablo 6. Kadınları Girişimciliğe Teşvik Eden Olumlu ve Olumsuz Motivatörler

OLUMLU MOTİVATÖRLER	OLUSUZ MOTİVATÖRLER
▪ Kendini Gerçekleştirme İsteği ▪ Para Kazanma İsteği ▪ Sosyal Statü Edinme İsteği ▪ Güç Elde Etme İsteği ▪ Girişimcilik Güdüsü	▪ İşsiz Kalma ▪ Cam Tavan Sendromu ▪ Esnek Çalışma Saatleri ▪ İş Doyumsuzluğu ▪ Bağımsız Çalışma Arzusu

Kaynak: Özgür, 2019: 28.

2.8.1. Olumlu Motivatörler

▪ Kendini Gerçekleştirme İsteği

McClelland yazmış olduğu öğrenilmiş ihtiyaçlar teorisinde bireylerdeki başarı gereksinimini işi daha istekli yapma, zor işlerde uzmanlaşma ve sorunları ortadan kaldırma isteği olarak tanımlamaktadır. İhtiyaçlar ve öğrenilmiş ihtiyaçlar piramidinin en üst noktasında bulunan kendini gerçekleştirme ve başarıya ulaşma yeterli bir maddi düzeye sahip kadınlar için girişimciliğe teşvik edici unsur olarak ortaya çıkabilmektedir. Maddi açıdan

herhangi bir ihtiyacı bulunmayan kadınlar için kendini gerçekleştirme ve başarıma ihtiyacı girişimciliğe motive eden etkin bir unsurdur. Bu durum maddi olarak sıkıntı içerisinde olan kadınların kendini gerçekleştirmeden önce maddi düzeyini yükseltmeyi hedeflemesinden kaynaklanmaktadır (Ersezer, 2019: 56).

Ekonomik açıdan belirli bir seviyeye ulaşmış ve herhangi bir maddi problemi bulunmayan kadınlar için kendilerini gerçekleştirme ve başarıya ulaşma ihtiyacı, kendi işletmelerini kurmalarına yani girişimci olmalarına sebep olan etkin bir faktördür. Bu faktör girişimciliğin gerektirdiği karakteristik özelliklerden biri olarak da karşımıza çıkmaktadır. Kadınlar erkeklere kıyasla girişimcilik yolunda kendini gerçekleştirme ve başarıma ihtiyacını daha yüksek bir şekilde teşvik edici unsur olarak görmektedir. Buttner ve Moore'nin araştırmalarına göre de kadınların maddi gelir elde etmekten daha çok kendini gerçekleştirmeyi ve başarıya ulaşma isteğini daha ön planda tuttukları ortaya çıkmıştır (Cici, 2013: 80).

▪ Zengin Olma İsteği

Bireyleri girişimciliğe motive eden birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar arasında para kazanma ve zengin olma isteğinin ayrı bir konumu bulunmaktadır. Çünkü bireyler girişimcilik faaliyetlerinin başında diğer unsurlardan daha çok motive olsalar da, girişimci olmak isteyen tüm bireyler için para kazanma ve zengin olma isteği kaçınılmaz bir motive kaynağıdır. Girişimci işletmesini kurduktan sonra oluşturduğu örgütün devamlılığını sağlayabilmek adına maddi bir gelire ihtiyaç duyacaktır. Dolayısıyla başlarda olmasa bile ilerleyen dönemlerde girişimci için maddi gelir elde etme isteği en önemli motive edici unsur olarak ortaya çıkacaktır. Maddi gelir elde etme erkeklere oranla kadın girişimciler için daha az motive edici bir kaynak olarak görünse de bazı durumlarda kadınlar için de para kazanma ve zengin olma isteği ön plana çıkabilmektedir. Örneğin kadınlar gerçekleştirmiş oldukları girişimcilik faaliyetleriyle sadece kendi menfaatleri ve ihtiyaçları için çalışacağından dolayı

maddi gelirlerinde önemli bir artış meydana gelecektir. Özellikle ülkemizde ki birçok kadının sadece eşinden gelecek maddi kaynağa bağımlı olduğu düşünülürse, bu özellikle ki kadınlar için para kazanma isteği yani kendi ayakları üzerinde durabilme önemli bir motive edici kaynak olarak ortaya çıkacaktır (Ersezer, 2019: 56). Ayrıca bir kurumda çalışan kadınlar için tek bir işletme için çalışmak yerine kendi işlerini kurarak birçok farklı işletmeyle çalışıp ekonomik kazanç elde etmek de oldukça cazip bir motive kaynağıdır. Bu nedenle kadınlar için para kazanıp zengin olmak, ihtiyaç duyduğu bütün gereksinimlerini karşılamak ve toplumda ki sosyal statülerini de arttırmak anlamına geldiği için önemlidir (Cici, 2013: 81).

▪ Sosyal Statü Edinme İsteği

Bir bireyin çevresinde bulunan kişilerce o bireye uygun buldukları toplum nezdinde ki makama statü adı verilmektedir. Sosyal statü ise bir bireyin toplum içerisindeki konumunun toplumda yer alan diğer kişilerle kıyaslandığında mevcut olduğu konumu gösteren değerlendirme olarak adlandırılır. Kadınlar üstelenmiş oldukları ev kadınlığı ve annelik gibi sorumluluklarının yanı sıra, toplum tarafından bir şahsiyet olarak kabul edilmeyi, yakın çevrelerinde ve toplumda başarıyı yakalamış ve belirli bir saygınlığı elde etmiş olarak anılmayı da istemektedirler. Kadınların bu isteklerini karşılayabilmesi için başvurulacak en etkin yolun girişimcilik olduğunu söylemek mümkündür. Maslow'un yazmış olduğu ihtiyaçlar hiyerarşisi de kadınların neden sosyal statü edinme isteğiyle motive olduklarını açıklanmaya yardımcı olmaktadır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi beş temel maddeye dayanmaktadır. Bu maddeler; psikolojik, güvenlik, sosyal, saygı ve kendini gerçekleştirmektir. Ayrıca Maslow bu ihtiyaçları düşük ve yüksek ihtiyaçlar olarak iki gruba da ayırmıştır. Psikolojik ve güvenlik maddeleri düşük ihtiyaç grubunda yer alırken, saygı, sosyal ve kendini gerçekleştirme gibi maddeler yüksek ihtiyaç grubunda yer almaktadır. Yani girişimcilik faaliyetleri ile elde edilebilecek olan sosyal statü ve bağımsızlık, Maslow'un belirttiği kendini gerçekleştirme ihtiyacını karşılamak anlamına geldiğinden, kadınları

girişimciliğe sevk eden büyük bir motive kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır (Cici, 2013: 82).

▪ **Gc Elde Etme İsteği**

Bireyin, başkalarının hareketlerine yn verebilme, kontrolü altına alabilme ve onları sorumluluğu altında toplayabilme isteği gc ihtiyaçı olarak adlandırılmaktadır. McClelland'ın tanımına bireylerin duyduğu gc gereksinimi iki alanda incelenebilmektedir. Bunlarda ilki olumlu yönde ikna eden ve motive eden gc diğeri ise olumsuz yönde ve bireyleri itaat etmeye zorlayıp hakimiyeti altına alan gücüdür. Tanımından da tahmin edilebileceği üzere girişimcilik sayesinde elde edeceği gc ile bir kadın etrafındaki kişileri etkisi altına alıp yönlendirebilir ve üzerlerinde hakimiyet oluşturabilir. Bu nedenle gc elde etmek isteyen ve sağlayacağı ayrıcalıklardan faydalanmak isteyen kadınlar girişimciliğe ilgi duymakta ve motive olmaktadır (zyılmaz, 2016: 46).

▪ **Girişimcilik Güdüsü**

Kadınları girişimci olmaya sevk eden faktörlerden bir tanesi olan girişimcilik güdüsü bireyin içerisinde taşıdığı karakteristik özelliklere dayanmaktadır. Birey ortaya ıkılabilecek fırsatları sezebilme, yenilikler yaratabilme ve sorumluluk stenebilme gibi özelliklere sahip olduğu anda girişimcilik güdüsü de kendiliğinden ortaya ıkmaktadır. Bu güdü sayesinde kadınlar kendi işlerini kurma ve kendi paralarını kazanma gibi konularda motive olacaktır (Ersezer, 2019: 56).

2.8.2. Olumsuz Motivatörler

▪ **İşsiz Kalma**

Girişimci yolunda kadınları motive eden unsurlardan bir diğeri işsiz kalma korkusu veya işsizliktir. İşsizlik birey için olumsuz bir durum olarak görülse de esasında girişimci olmaya sevk eden bir motivatrdr. Günümüzde ki iş gücü oranları incelendiğinde, erkek

üstünlüğünün olduğu iş sahası, toplumda yer edinmiş olan adet, gelenek gibi yazılı olmayan ancak herkes tarafından kabul edilen kuralların varlığı gibi nedenlerle kadınların iş güce katılmada geride kaldıkları görülmektedir. Doğum izni, çocuk sorumluluğunu taşımaları gibi nedenlerden ötürü işverenler tarafından kadın çalışanlar tercih edilmemektedir. Bunu yanı sıra yaşanan ekonomik krizlerde küçülmeye giden firmaların ilk olarak işine son verdiği bireyler genellikle kadınlardan oluşmaktadır. Her hangi bir işte çalışan kadınların pek çoğu ise erkeklere oranla daha kısıtlı imkânlarla sahip olmaları nedeniyle problemler yaşamaktadır. İşsizlik ve yukarıda belirtilen sebeplerden ötürü birçok kadın girişimci olmayı istemekte ve motive olmaktadır (Bayraker, 2018: 38).

▪ **Cam Tavan Sendromu**

Cam tavan sendromu; kadınların yönetici statüsünde daha üst mevkilere gelmelerine engel teşkil eden davranışsal veya örgütsel önyargılar nedeniyle ortaya çıkan, görünmeyen ancak varlığı hissedilen engeller şeklinde tanımlanmaktadır. Kadınların iş dünyasında alt ve orta dereceli idari görevlerde bulunması ancak yüksek düzeylerde pek fazla bulunamamaları cam tavan sendromunu doğrular niteliktedir (Ersezer, 2019: 55). Söz ettiğimiz cam tavan kavramı ilk dönemlerde herhangi bir kurumda çalışan kadınların iş dünyası içerisinde yetersiz olduklarını düşünmeleri, ailesine karşı olan sorumluluklarını daha ön planda tutmaları, toplum ve örgüt içerisindeki ön yargılar sebebiyle mevki olarak yükselmelerinin olanaksız olduğu düşüncesi gibi bazı içsel engellemeleri kapsasa da sonra ki süreçte bu kapsam genişlemiş ve kadınların yükselmek istediklerinde karşılaştıkları toplumsal ve örgütsel bütün problemler kavramın içerisine dahil edilmiştir. Konu üzerinde gerçekleştirilen araştırmalarda da kadınların belirli bir mevkiye kadar çıktıktan sonra daha fazla ilerlemelerine engel teşkil eden mevcut bir görünmez sınırın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cam tavan sendromunun yaygın hale gelmesi nedeniyle ortaya çıkan işinden memnun olmama, çalıştığı örgütte huzursuz olma,

hak etmiş olduğu yükselmeyi elde edememe gibi nedenler kadınları girişimci olup kendi işlerini yapmaya yönlendirmektedir (Özyılmaz, 2016: 45).

▪ **Esnek Çalışma Saatleri**

Kadınların iş dünyasının bireye yüklediği birçok sorumluluğun ve stresin yanında ek olarak üstlendiği annelik, ev kadınlığı ve eşlik gibi sorumluluklar yüzünden zorluklar ve problemler yaşaması kaçınılmaz bir sondur. Bazı durumlarda kadınlar ailelerine karşı olan sorumluluklarını yerine getirememelerinden duydukları rahatsızlık nedeniyle iş hayatlarını sonlandırarak çalıştıkları kurumdan ayrılmak durumunda kalabilmektedirler. Bu tarz problemler nedeniyle kadınlar bağımsız olabilecekleri, esnek bir şekilde çalışabilecekleri girişimciliğe ilgi duymaktadırlar. Girişimcilik ve kendi işletmesinin sahibi olmak gibi faktörlerden ötürü kazanacakları esnek çalışma saatleri sayesinde kadınlar çocuklarına, eşine ve işine gereken vakti ayırabilmektedir (Çelik, 2018: 62).

▪ **İş Doyumsuzluğu**

Genel hatlarıyla iş doyumu bir bireyin yapmış olduğu işten ve işi ile ilgili diğer unsurlardan duyduğu memnuniyet şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle iş doyumu bireyin işine karşı beslediği duyguların bütünüdür. Bu kuramın zıttı olan iş doyumsuzluğu da bireyin işine karşı duyduğu hoşnutsuzluğu belirtmektedir. Çalışma hayatı içerisinde ki bireylerin iş doyumsuzluğu yaşamaları yani yapmış oldukları işten hoşnut olmayıp yapmak istememeleri onları başka bir iş aramaya sevk etmektedir. Dolayısıyla yaşadığı iş doyumsuzluğu nedeniyle mevcut işinden ayrılmak isteyen bireyler için girişimcilik oldukça iyi bir seçenek olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tarz kişilerin girişimciliğe karşı ilgi duymalarının sebebini sevdikleri ve istedikleri işi yapmaya olanak sağlaması şeklinde açıklamak mümkündür. İş doyumsuzluğunun girişimciliğe ne kadar etki ettiğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen araştırmalardan bir tanesi Brockhaus'un araştırmasıdır. Brockhaus yapmış olduğu araştırmasında iş doyumsuzluğu yaşayan yani önceki işinden memnun

olmadığı için girişimciliğe yönelen bireylerin ne tarz etkenlerden motive olduklarını araştırmıştır. Araştırmada iki tarz yani yönetici ve çalışan olmak üzere iki sınıf kıyaslanmış, yöneticilerin aldıkları ücret haricinde işlerinden tamamen hoşnutsuz oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu durumlar erkekler için olduğu kadar kadınlar içinde geçerlidir. Yani iş doyumsuzluğu kadınlar içinde girişimciliğe teşvik eden önemli bir unsurdur (Cici, 2013: 77).

▪ Bağımsız Çalışma Arzusu

Girişimciler kişilik özellikleri itibarıyla yeniliğe açık ve yaratıcı kişilerdir. Ancak girişimci ruha sahip bireylerin pek çoğu bu özellikten yoksun yönetici veya liderlerin alt kademesinde çalışmak durumunda kalmaktadırlar. Bu nedenle yeniliğe ve yaratıcılığa sahip olmayan yöneticilerin alt kademesinde çalışan girişimci ruha sahip kişilerin zamanla olumsuz yönde etkilenecek girişimcilik dürtülerini yitirmeye başlayacaklarını söylemek mümkündür. Kadınlar özelinde düşünüldüğünde ise bu tarz yöneticilerin alt kademesinde çalışmanın yanı sıra toplumsal rolleri nedeniyle girişimcilik yolunda pek çok zorluklarla karşılaştıkları görülmektedir. İçlerinde barındırdıkları girişimcilik ruhunun bir gereği olan bağımsızlığın etkisiyle gerek kurum içerisinde gerekse toplumsal hayatta kendilerini sınırlayan ve engel olan etkenlerden kurtularak bağımsız bir iş ortamı elde etmeyi hedeflemektedirler. Bu nedenle bağımsız çalışma arzusu pek çok kadın girişimci için motive kaynağıdır.

2.9. Kadın Girişimciliğine Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar

Girişimcilik bilinci taşıyan ve bir milletin gelir seviyesini arttırabilecek bireylerin meydana getirilmesinde sivil toplum kuruluşları önemli yer tutmaktadır. Türkiye’de girişimcilik faaliyetlerini büyütmek ve bunun için çaba gösterenleri desteklemek adına oluşturulmuş devlet veya sivil odaklı birçok kurum bulunmaktadır. Kadın girişimciliği ile ilgili geçmişte ve günümüzde gerçekleştirilen araştırmalarla ülkemizde ki kadın girişimciliğinin eksiklikleri ve ihtiyaç duyduğu değişiklikler belirlenmiştir. Bu çerçevede

ülkemizde ki kadın girişimciliğinin geliştirilerek daha yüksek seviyelere çıkarılması için devlet desteğinin yanında çeşitli sivil toplum kuruluşlarının da oluşturularak kadın girişimciliğine katkı sağlanmasının gerekliliği anlaşılmıştır. Ülkemizde kadın girişimciliğine ve ülke ekonomisine katkı sağlamak amacıyla oluşturulan resmi ve özel kuruluşlar Tablo 7’de verilmektedir;

Tablo 7. Kadın Girişimciliğine Destek Olan Resmi ve Özel Kuruluşlar

KURUM ADI	YIL
▪ Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA)	1985
▪ Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGİAD)	1986
▪ Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)	1986
▪ Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	1990
▪ Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)	1990
▪ Kadın Girişimci Derneği (KAGİDER)	2002
▪ Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü (İŞKUR)	2003
▪ Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOOB)	2007

Kaynak: Özgür, 2019: 4.

2.9.1. Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA)

Bu kuruluş 1985 yılında kamuya fayda sağlayabilmek adına oluşturulmuş bir kurumdur. Kurulduğu günden beri ülkemizde işgücü pazarının ölçü ve gereksinimlerini göz önünde bulunduran, eyleme geçirilmiş bir mesleki eğitim biçiminin kabul edilmesini sağlamak için çaba göstermektedir. Elde etmek istediği ideali, mesleki eğitim ve çalışma gücü arasında güçlü bir ilişki oluşturulmasıdır. Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı yirmi yıldan fazla bir süreyi aşmış ve elli binin üzerinde birçok genç, çocuk ve yetişkin bireylere meslek edinme adına eğitimler vermiştir. Bu vakıf genellikle kadınları kapsayan çıraklık programları organize etmek için çalışmakta olup kadınların çoğunlukta olduğu işlerin çıraklık

kanunlarına eklenmesini ve bu işlerin yaygın sanatkârlık olarak değerlendirilmesinin mecburi olduğu görüşünü savunmaktadır (MEKSA, 2020).

2.9.2. Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGIAD)

Ülkemizde ki ilk milli ve milletlerarası genç iş adamları kuruluşu olan TÜGIAD çalışma hayatı içerisindeki genç işletme sahiplerinin önderlik yeteneklerini toplumsal yükümlülüklerini şekillendirerek ülke genelinde tüm bireylerin kültürel ve ekonomik ilerlemesine olumlu etkilerde bulunmak, gerek kişisel gerek de toplumsal ilerlemeyi gerçekleştirmek ayrıca kamuoyunun dikkatini cezbetmek için 1986'da kurulmuştur. TÜGIAD günümüzde 84 ülkeden, 200.000 genç kadın ve erkek işletme sahiplerini hedef alan MAME'yi meydana getiren ve yönetim kurulu üyesidir. Bu dernek üyesi büyümüş ve orta sınıflı kuruluşlara, kadın girişimcilere çıraklık, maddi kaynak ve satış alanlarında kurslar ve konferanslar vermektedir (TÜGIAD, 2020).

2.9.3. Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı, kâr amacı gözetmeden 1986'da kurulan bir sivil toplum örgütüdür. Kurulan bu örgütün amacı gelir seviyesi düşük olan kadınların ekonomik seviyelerini yükseltmek, yaşam standartlarını daha iyi seviyelere getirmek ve yerel büyüme içerisinde kadınların öneminin artmasını sağlamaktır. Ekonomik seviyesi düşük olan kadınlarla empati kurmayı çalışma yöntemi olarak benimseyen örgüt faaliyetlerine de bu çerçevede devam etmektedir. Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı 2001-2009 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla topluma yararlı kuruluşlar statüsüne çıkarılmıştır. İzmir, Çanakkale, Mardin, Adana, İstanbul gibi büyükşehirler başta olmak üzere 61 ilde faaliyet göstermektedir. Kadın girişimciliğine destek olan kooperatifler ve diğer ortaklarıyla gerçekleştirdiği faaliyetleri neticesinde yılda ortalama olarak 20 bin kadına ulaşmaktadır. Çalışmalarını daha geniş kitlelere ulaştırabilmek için Türkiye'nin her yerindeki sivil toplu kuruluşlarına, belediyelere,

kalkınma projelerine ve destek isteyen kadın topluluklarına eğitim hizmetleri vermektedir (KEDV, 2020).

2.9.4. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

KOSGEB 1993 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın alt şubesi olarak hayata geçirilmiştir. Sanayi alanında çalışmalarını devam ettiren küçük ölçekli işletmelere destek sağlamaktadır (İlter, 2008: 122). Bu kurumun hedefi küçük ve orta seviyeli sanayi kuruluşlarının teknolojik gelişmelere olabildiğince hızlı bir şekilde ayak uydurmalarını sağlamak, diğer firmalarla yarış içerisinde olabilmeleri için destek vermek ve ekonomiye etkilerini çoğaltmaktır. KOSGEB'in kendine amaç edindiği görevi ise küçük ölçekli işletmelerin ve girişimcilerin rekabet yönlerini yükseltecek desteklerde bulunarak, ekonomik ve kültürel kalkınmada ki rollerini büyütmektir. Ekonomik büyüme ve iş kaynağı problemlerini çözüme ulaştırmak, girişimciliğin desteklenmesini ve çoğaltılmasını ayrıca gelişmiş işletmelerin hayata geçirilmesini sağlamak adına KOSGEB girişimcilğe yeni adım atmış kişilere bazı desteklerde bulunmaktadır. Bu destekler danışmanlık, laboratuvar, eğitim ve reklamdan oluşmaktadır (KOSGEB, 2020).

Girişimcilik eğitimiyle ilişkili olarak ülkemizde ki girişimcilik ve sektör nabzını belirlemek için, KOSGEB tarafından küçük ölçekli işletmeler üzerinde bazı incelemeler gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen incelemelerin neticesine göre ülkemizde hareketli bir küçük ölçekli işletme girişimciliği eğitimi piyasasının var olduğu görülmüştür. Piyasanın temel tedarikçilerini, özel sektör danışmanlık kurumları, kamu kuruluşları, ticaret, sanayi ve esnaf cemiyetleri, üniversiteler ve özel birey oluşturmaktadır. KOSGEB gün geçtikçe sektörün vazgeçilmez müşterilerinden birisi olarak özel sektör tedarikçilerini küçük ölçekli işletmelerle buluşturmaya ve onlara destek vermeye özendirme çabası içerisinde (Şahin, 2006: 28).

2.9.5. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)

Kadınlara yönelik eşitsizliği engellemek, hukuki olarak kadınlara sahip çıkmak, kadınların sosyal hayatın içerisinde her alanda hak ve imkânlarla dengeli bir şekilde ulaşmalarını sağlamak için 1990 yılında hayata geçirilen bu kurum, günümüzde ise Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının içerisinde çalışmalarına devam etmektedir. Kurum Türkiye’de kadın ve erkek arasındaki adaletsizliği ortadan kaldırmak, sosyal hayatın her evresinde kadınların statüsünün artmasını ve kadına karşı her ne şekilde olursa olsun adaletsizliğin engellenmesini sağlayacak projeler oluşturmak, taktikler belirlemek, tüm ortaklarla birlikte çalışılmasını sağlamak gibi amaçları benimsemiştir. Ayrıca sosyal hayatın içerisindeki kadın ve erkek arasındaki hakların dengelenmesi ve bunun devamlılığının sağlanması adına hayata geçirdiği uygulamalar ve oluşturduğu taktiklerle verimli ve etkili bir kurum olmayı hedeflemektedir (KSGM, 2020).

2.9.6. Kadın Girişimci Derneği (KAGİDER)

2002 yılının Eylül ayında İstanbul’da kurulan Türkiye Kadın Girişimciler Derneği 37 girişimci kadının iş birliği ile Türkiye genelinde etkinlik göstermeye başlamıştır. Bu kuruluş kadınları girişimcilik faaliyetlerine yönlendirerek onların gelişmesini ve yükselmesini kendisine amaç edinmektedir. Toplumda kadınların dışlanması ve onlara eşit davranılmamasından dolayı KAGİDER kadın girişimcilere destek olmaktadır. Böylece kadınlar toplumda kendine güçlü bir konum edinecek ve aynı zamanda toplumlar ekonomik açıdan güç kazanacaklardır. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği kurulduğu günden beri hem ulusal hem de uluslararası seviyede, kamu ve özel kuruluşlarda yer alan birçok hissedar ile ideallerini başarılı bir şekilde gerçekleştirebilmek için çeşitli çalışmalar sürdürmektedir (KAGİDER, 2020). Bu kurumun ilerleyen dönemlerde ulaşmak istediği hedef, çalışma hayatını şekillendirmede etkin rol alan girişimci kadınlar oluşturmaktır. Benimsediği görevi ise, ekonomik katkılarda bulunan kadınların daha da çoğalmasını sağlamak, mevcut olan

girişimci bireyleri destekleyerek Türk kadın girişimcilerin ulusal bir bütünleşme içerisinde olmalarını sağlayarak ülkemizin kültürel ve ekonomik büyümesine olumlu yönde katkılar sunmaktır. Bu dernek kadınlara maddi satış ve bürokratik alanlarda çeşitli destekler sağlayarak girişimci kadınlara danışmanlık yapmaktadır. Bununla birlikte girişimcilik ve önderlik projeleri yürütmekte, ülke içerisinde birçok konferans ve toplantılarla kadın girişimcilerin sayısını yükseltmek, mevcut olan kadınların da çeşitli problemlerini gidermek için çaba harcamaktadır (Özyılmaz, 2016: 50).

2.9.7. Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü (İŞKUR)

Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, ülkemizdeki istihdamın korunması, yükseltilmesi, işsizliğin önüne geçilmesi için yapılan çalışmalara destek vermek ve işsizlik sigortası hizmetlerini yürütmek amacıyla kurulmuştur. İŞKUR istihdamın ve iş gücünün arttırılması, piyasanın ihtiyaç duyduğu işgücünü karşılamakta amacıyla gereksinim duyulan alanlarda kurs ve programlar tertip etmektedir. Bu nedenle bireylerin kendiışlerini oluşturmaları ve geliştirmeleri amacıyla Girişimcilik Eğitim Programları uygulamaktadır. Bahsedilen programlara katılım sağlayan bireylere günlük ihtiyaçlarını giderebilmeleri için ödemeler de yapılmaktadır. Ayrıca Genel Sağlık Sigorta Primleri ile İş Kazası ve Meslek Hastalıkları Sigorta Primleri İşsizlik Sigortası da kurum tarafından ödenmektedir (Özyılmaz, 2016: 52).

2.9.8. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOOB)

Özel teşebbüsler ile kurulmuş olan işletmeleri mesleki olarak temsil eden en üst düzey kuruluş olan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, hayata geçirdiği çeşitli faaliyetlerle kadın girişimciliğinin gelişmesine önemli destekler vermektedir. Bu faaliyetlerin örneklerinden biri olan Kadın Girişimciler Kurulu'nu 2007 yılında kendi bünyesi içerisinde oluşturarak, girişimci olmak isteyen kadınların Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde staj eğitimi almalarını sağlamış ve vermiş olduğu eğitimlerle kadınların girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesine

katkılarda bulunmuştur. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından 81 ilde Kadın Girişimci Kurulları oluşturarak, kadın girişimcilerin oranını yükseltmeyi ve kadınları daha donanımlı bir hale getirmeyi hedeflemiştir. Ayrıca yine Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından 22 Ekim 2009’da Genç Girişimciler Kurulu da hayata geçirilmiştir. Bu kurulda 81 ilde 7718 üye ile faaliyet göstermektedir. Bunun yanı sıra mevcut kadın girişimcilerin ihtiyaç duyduğu kişisel gelişim alanlarında eğitimler vererek işi dünyasında kadınların daha iyi bir konuma ulaşmalarına destek olmaktadır (Tahtalı, 2018:114).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ ETKİLEYEN MOTİVASYONEL FAKTÖRLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle kadın girişimciliğini konu edinen başlıca çalışmaların literatür özetleri, araştırmanın amaç ve önemi, varsayımları ve kısıtları, veri kaynakları ve veri toplama yöntemleri son olarak araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

3.1. Literatür Taraması

Konu ile ilgili yapılan literatür araştırması sonucunda yapmış olduğumuz çalışma ile benzerlik gösteren çalışmalara yer verilmiştir.

Yağcı ve Bener (2005), kadın girişimcilerin demografik ve karakteristik özellikleri ile kadınları girişimci olmaya motive eden faktörleri incelemek amacıyla Ankara Ticaret Odasına kayıtlı 104 kadın girişimci ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda; kadınların genel olarak ticaret sektöründe faaliyetlerini sürdürdüğü, girişimci olma kararlarının tüm aile bireyleri tarafından desteklendiği, girişimci olmalarında etkili olan en önemli etkenin bir işle meşgul olma isteği olduğu ve kadın girişimci olmanın en iyi tarafının bağımsızlık kazandıkları yönünde olması sonuçlarına ulaşılmıştır.

Sarkulova (2009), yapmış olduğu çalışmada kadınları girişimciliğe motive eden faktörleri incelemiştir. Araştırma Kızgızistan'da bulunan kadın girişimciler ile gerçekleştirilmiş ve girişimcilik ile motivasyon faktörler arasındaki ilişkiyi belirlemek için regresyon ve korelasyon analiz tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda; kadınların girişimci olmalarında cam tavan sendromu, işsizlik, iş tatminsizliği ve finansal sebepler gibi

faktörleri itici faktör olarak gördükleri, kendini gerçekleştirme ve kâr etme gibi faktörleri ise çekici faktörler olarak gördükleri ortaya çıkmıştır.

Özdemir (2010), girişimci olmak isteyen kadınların girişimci olmalarında etkili olan motivasyonel faktörleri belirlemek amacıyla Eskişehir ilinde bulunan 13 kadın girişimci ile yüz yüze derinlemesine görüşme yapılarak, elde edilen veriler tümevarım analizi yöntemi ile sonuçlandırılmıştır. Araştırma sonucunda; araştırmaya dahil edilen kadınların hem itici hem de çekici motivasyon faktörlerine bağlı olarak girişimci olma isteklerinin şekillendiği, sosyal ağlarının güçlü bağlardan meydana geldiği ve bir girişimcide olması gereken kişilik özelliklerinin kendi kişilik algılarıyla paralellik gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Güleç (2011), yapmış olduğu çalışmada kadın girişimcilerin iş hayatında ki yerini ve girişimcilik faaliyetlerini incelemeyi amaç edinmiştir. Çalışma Karaman ilinde bulunan kadın girişimcilerle gerçekleştirilmiş olup kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar, toplum tarafından ne kadar desteklendikleri ve eğitim, yaş gibi faktörlere göre nasıl farklılaştıkları gibi konular incelenmiştir. Katılımcılara anket ve mülakat yöntemleri uygulanarak veriler toplanmış ve elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunmalarının en önemli sebeplerinin hedeflerine ulaşma, maddi açıdan rahatlatma ve ekonomik özgürlük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunmalarının kişisel imaj ve kendilerine olan güvenlerini olumlu yönde geliştirdiği ortaya koyulmuştur.

Ersarı (2015), gerçekleştirdiği çalışmada kadın girişimciliğine etki eden unsurlar üzerine bir araştırma yapmıştır. Çalışmada kadın girişimciliği üzerine yapılmış tanımlamalara ve kadın girişimciliğinin evrensel gelişimiyle birlikte, Türkiye’deki gelişimi ile ilgili incelemelere yer verilmiştir. Ayrıca Ersarı, kadın girişimcilere etki eden dürtüler nelerdir sorusuna cevap aramıştır. Araştırma neticesinde demografik unsurların kadın girişimciler

üzerinde etkili olduğu, kadınların hizmet sektörünü daha fazla tercih ettiği, bir çoğunun yüksek seviyede eğitime ve çalışma alanlarının gerektirdiği bilgiye hakim olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Öztürk (2016) araştırmasında Türkiye’de faaliyetlerini yürüten kadın girişimcilerin demografik özelliklerini, girişimci olma sebeplerini, karşılaştıkları sorunları ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Yapılan çalışmada TOBB İl Kadın Girişimciler Kurulu üyeleri ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve ayrıca anket formu tekniğinden de yararlanılarak kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda; kadınların işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları en büyük sorunun bürokratik engeller olduğu, işlerini yürütme aşamasında karşılaştıkları en büyük sorunun ise borç ve vergi ödemeleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kadınların girişimci olmalarında en önemli etkenlerin, ekonomik bağımsızlık ve kendi işinin patronu olma isteği olduğu belirlenmiştir.

Özyılmaz (2016), yapmış olduğu çalışmada Türkiye’de kadın girişimcilerin iş kurma sebeplerini ve iş kurma sürecinde karşılaştıkları sorunları ortaya koymayı hedeflemiştir. Araştırmada Türkiye genelinde bulunan 1.457 kadın girişimciye anket formu uygulanmış ve 32 kadın girişimciyle ise yüz yüze görüşme sağlanarak veriler elde edilmiştir. Araştırma sonucunda; kadın girişimcilerin kendi işinin patronu olma ve kendini kanıtlama isteğinin girişimci olmalarında en etkili sebepler olduğu görülmüştür. Ayrıca kadın girişimcilerin birçoğunun iş kurma aşamasında herhangi bir sorunla karşılaşmadıkları ancak işlerini yürütürken pek çok sorunla karşılaştıkları tespit edilmiştir ve karşılaşılan bu sorunların en önemlilerinin ise finansal sıkıntılar ve bürokratik işlemler olduğu görülmüştür.

Tahtalı (2018) yapmış olduğu çalışmada Malatya Kentsel alandaki kadın girişimcilerin genel profilini belirleyip kadınların işlerini kurma ve yürütme aşamalarında

karşılaştıkları sorunların neler olduğunu tespit etmeyi amaçlamıştır. Kadın girişimcilerin görüşlerini belirlemek amacıyla anket formu tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda; kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerini Malatya ilinde yürütüyor olmalarının onlar için bir dezavantaj oluşturduğu, işlerine uygun personel ve materyal temininde güçlük çektikleri ve toplumun kadına olan bakış açısı ile pazarın özellikleri sebebiyle sıkıntı yaşadıkları belirlenmiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde girişimcilik üzerine pek çok yeni araştırma yapıldığı görülmektedir. Ortaya çıkan yeni araştırmaların ve girişimcilik üzerine yoğunlaşan ilginin sebebi, birçok toplumun girişimciliğin kazandırdığı ekonomik ve sosyal katkıların farkına vararak bu alana yönelmesi şeklinde açıklanabilir. Oldukça zorlu ve uzun bir süreci kapsayan girişimcilik için motivasyon kavramı önemli bir konuma sahiptir. Özellikle henüz girişimcilik sürecinin en başı olan girişimci olmaya karar verme aşamasındaki bireyler için motivasyon hayati bir önem taşımaktadır. Karar verme aşamasındaki bireylerin motivasyon kaynaklarının artması, onların girişimci olmaya duydukları isteğin artmasına ve kuracakları işletmenin sağlam temeller üzerine oturarak başarıya ulaşmasına olanak sağlayacaktır.

Girişimcilik dünya genelinde kalkınma, istihdam yaratma ve refah düzeyini artırma gibi makro ölçekte olumlu etkileri bulunan bir olgudur. Toplamlar bu etkileri nedeniyle girişimcilik süreçlerine, türlerine, girişimcilik eğitime özel bir önem atfetmektedirler. Kadın girişimciliği ise kadınların toplumsal hayatta varlık göstermesi, iş hayatına katılması ve kadınlara yönelik dezavantajlı konumun avantaja dönüştürülmesi konusunda hassas bir konudur. Özellikle ülkemizde kadın girişimcilerin sayısının artırılması, kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve kadınların girişimciliğe kolaylıkla adım atması için yüksek düzeyde çaba

sarf edilmektedir. Dolayısı ile kadınları girişimciliğe yönelten onları motive eden faktörlerin belirlenmesi önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, motivasyon kavramı ile kadın girişimciliğini bir arada değerlendirerek, kadınları girişimci olmaya sevk eden motivasyon faktörlerini ortaya koymak ve elde edilen motivasyonel faktörlerin kadın girişimciliği üzerindeki öneminin anlaşılmasını sağlamaktır. Bu kapsamda bilinçli kadın girişimcileri olumlu yönde etkileyen faktörler demografik değişkenler açısından yordanmaktadır. Kadın girişimcileri olumlu yönde etkileyen ve cesaretlendiren faktörlerin belirlenmesinin, kadın girişimciliğini destekleyecek eğitim, proje ve süreçlere katkı sunması beklenmektedir.

3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları

Bu çalışma Konya ilinde bulunan bilinçli kadın girişimcilerin görüşlerini belirlemek amacıyla katılımcılara anket formu uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Girişimcilik konusunda bilinçli olma, kadınların bilerek ve isteyerek girişimci olmaları ve çeşitli kadın girişimcilik platformlarına üye olmaları ve girişimci adaylarına yardımcı olma eğilimini yansıtmaktadır.

Araştırmanın en önemli sınırlılığı, anket verilerinin uygulandığı dönemde ortaya çıkan pandemi sürecidir. Pandemi nedeniyle katılımcılarla yüz yüze görüşme gerçekleştirilmesinde büyük zorluklarla karşılaşmıştır. Bununla birlikte pandemi süreci pek çok kadın girişimcinin işletmesini kapatmasına veya girişimcilik faaliyetlerine ara vermesine neden olmuştur. Dolayısı ile kadın girişimcilerin bu süreçten psikolojik olarak olumsuz yönde etkilendikleri gerçeği de göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırma kapsamında iletişim kurulan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğundan bilgi teknoloji yardımıyla veri toplanmıştır. Bu süreçte kadın girişimcilerin önemli sorunlarından bir tanesinin de bilgi iletişim teknolojileri kullanımında yetersiz bilgiye sahip olmalarıdır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise araştırmanın tek bir il baz alınarak yapılmış olmasıdır. Daha fazla bölgede kadın girişimciyle görüşme sağlanıp sonuçların daha etkili ve geçerli olması gerekmektedir. Ancak bu süreç büyük bir maliyet ve zaman gerektirdiği için araştırma sadece Konya ilinde yürütülmüştür. Araştırmada sadece anket tekniğinin kullanılmış olmasından gözlem ve mülakat gibi tekniklerden yararlanılmamıştır bu da araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır.

Araştırmada bulunan tüm sınırlılıklar göz önünde bulundurularak anket sorularını cevaplayan kadın girişimcilerin sorulara anlaşılır ve doğru cevaplar verdikleri varsayılmıştır.

3.4. Ana Kütle ve Örneklem Seçim Metodu

Araştırma ana kütesini Konya ilinde faaliyette bulunan bilinçli kadın girişimciler oluşturmaktadır. Bu girişimcilerin özelliği girişimcilik faaliyetlerini aktif olarak sürdürmeleri, girişimcilik konusuna duyarlı olmaları ve kadın girişimciliğini destekleme eğilimine sahip olarak çeşitli kadın girişimcilik platformlarına üye olmalarıdır. Özellikle bu girişimcileri motive eden faktörlerin belirlenmesi çalışma amaçlarının daha net ve gerçekçi sonuçlara ulaşması açısından önem taşımaktadır. Bu kapsamda Konya ilinde faaliyet yürüten öncü Girişimci Kadın platformlarıyla görüşülmüş, bu kuruluşlardan Konya Ticaret Odası Kadın Girişimci Kurulu üyesi 179 kadın girişimci, Konya İş Kadınları Derneği üyesi 40 kadın girişimcinin iletişim bilgileri temin edilmiştir. Bu kapsamda istatistiksel açıdan tam sayım yöntemi kullanılmış, aktif olan tüm üye kadın girişimcilerle tek tek iletişim kurulmuştur. İletişim kurulan kadın girişimcilere yüz yüze ve internet tabanlı anket uygulanmıştır. Elde edilen anketlerden 188 tanesi değerlendirmeye uygun bulunmuştur. Dolayısı ile evren örneklem uyumu açısından bir kısıt bulunmamaktadır.

3.5. Veri Kaynakları ve Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada nicel veri toplama yöntemlerinden likert tipi soruların yer aldığı anket yöntemi benimsenmiştir. Anket formu oluşturulmadan önce araştırma konusuna en yakın çalışmalar incelenerek araştırma amacına en uygun ölçek sorularından faydalanılmaya çalışılmıştır.

Anket formu oluşturulurken, Özyılmaz (2016)'ın "Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma" isimli yüksek lisans tezi, Öztürk (2016)'ün "Türkiye'de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri" isimli yüksek lisans tezi, Gamze Özgür (2019)'ün "Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Finansman Kaynaklarına Erişim Olanaklarının Analizi" isimli yüksek lisans tezi ve Çakmak (2019)'ın yılında yayımlanan "Kadın Girişimciliği - Malatya İli Örneği" isimli yüksek lisans tezi incelenmiş ve bu çalışmalarda ki anket sorularından yararlanılmıştır.

Anket formu demografik bilgiler ve iş yaşamına ilişkin bilgi ve görüşler başlığı altında on üç (13) çoktan seçmeli; iş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlar, başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellikler, girişimci olmada etkili sebepler ve motive edici faktörler adında dört başlık altında kırk üç (43) likert tipi sorudan oluşmaktadır.

Anket formunun oluşturulmasından sonra yirmi bir kişiden oluşan kadın girişimci grubuyla pilot bir çalışma yürütülmüş anlaşılamayan ve çelişki oluşturan sorular revize edilmiştir. İletişim kurulan katılımcılara araştırmanın amacı hakkında bilgi verilerek, doğru ve rahat bir şekilde cevaplandırmaları için bilgi verilmiştir. Yüz yüze görüşülerek uygulanan anket sürecinde katılımcılardan gelen sorular cevaplanarak, istenilen konularda açıklama yapılmıştır.

3.6 Bulgular

3.6.1. Araştırmaya Cevap Veren Katılımcılara Ait Demografik Veriler

Bu kısımda katılımcıların demografik profilleri frekans ve yüzde değerler yardımıyla paylaşılmıştır. Bu kapsamda incelenecek olan demografik bilgiler yaş, eğitim durumu, medeni durum, çalışılan sektör, işletenin kuruluş yılı ve sermaye kaynağı gibi değişkenlerden oluşmaktadır.

Tablo 8. Kadın Girişimcilerin Demografik Bilgilerine Göre Dağılımları

		Frekans	Yüzde
Yaş	18-23	1	0,5
	24-29	25	13,3
	30-35	38	20,2
	36-41	61	32,4
	42-47	39	20,7
	48-53	19	10,1
	54 ve üzeri	5	2,7
	Toplam	188	100,0
Eğitim Durum	İlköğretim	9	4,8
	Ortaöğretim	4	2,1
	Lise	30	16,0
	Önlisans	31	16,5
	Lisans	90	47,9
	Lisansüstü	24	12,8
	Toplam	188	100,0
Medeni Durum	Evli	132	70,2
	Bekar	56	29,8
	Toplam	188	100,0
İşletmenin Kuruluş Yılı	2016 ve öncesi	128	68,1
	2017	34	18,1
	2018	16	8,5
	2019	8	4,5
	2020	2	1,1
	Toplam	188	100,0

İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör	Makine	9	4,8
	Gıda	23	12,2
	Tarım ve Hayvancılık	12	6,4
	Turizm	10	5,3
	Sağlık	21	11,2
	Hizmet	56	29,8
	Tekstil ve Konfeksiyon	20	10,6
	Otomotiv	8	4,3
	Bilişim	3	1,6
	Kozmetik	26	13,8
	Toplam	188	100,0
İşletme Bünyesinde Çalışan Kişi Sayısı	1-4 kişi	92	48,9
	5-9 kişi	64	34,0
	10-49 kişi	25	13,3
	50 ve üzeri kişi	7	3,7
	Toplam	188	100,0
Sermaye Kaynağı	Kişisel ve Ailevi Kaynaklar	135	71,8
	Banka Kredisi	30	16,0
	Arkadaş veya Akrabaya Borçlanma	3	1,6
	Diğer Ortaklar	16	8,5
	Diğer	4	2,1
	Toplam	188	100,0
Girişimci Olmadan Önce Çalışılan Meslek Dalı	Mimar	3	1,6
	Öğretmen	6	3,2
	Mühendis	3	1,6
	Ticaret	3	1,6
	Doktor	2	1,1
	Sekreter	1	0,5
	Bankacı	1	0,5
	İşletmeci	7	3,7
	Pazarlama	1	0,5
	Aşçı	2	1,1
	Diğer	159	84,57
	Toplam	188	100

Tabloda verilen bilgilere göre kadın girişimcilerin %5'i 18-23 yaş aralığında, %13,3'ü 24-29 yaş aralığında, %20,2'si 30-35 yaş aralığında, %32,4'ü 36-41 yaş aralığında, %20,7'si 42-47 yaş aralığında, %10,1'i 48-53 yaş aralığında, %2,7'si ise 54 ve üzeri yaş aralığındadır. Elde edilen veriler sonucunda kadın girişimcilerin çoğunlukla orta yaş grubu içerisinde yer aldıkları söylenebilir. Ayrıca 18-23 yaş ile 54 ve üzeri yaş grubunda yer alan kadın girişimci oranlarının çok düşük olduğu gözlemlenmiş ve verilere dayanarak bu yaş aralıklarında ki kadınların girişimciliğe gösterdikleri eğilimin düşük seviyelerde olduğu söylenebilir.

Ankete katılan kadın girişimcilerin eğitim durumunda ki dağılım incelendiğinde ilköğretim mezunu olanların oranı %4,8, ortaöğretim mezunu olanların oranı %2,1, lise mezunu olanların oranı %16, önlisans mezunu olanların oranı %16,5'tir. Lisans mezunu olanların oranı %47,9 iken lisansüstü mezunu olanların oranı ise %12, 8'dir. Katılımcıların eğitim durumuna ait veriler değerlendirildiğinde lisans mezunu olan girişimcilerin toplam katılımın %47,9'unu oluşturduğu görülmektedir. Bu durum kadınların eğitim seviyesinin yükseldikçe girişimciliğe olan eğilimlerinin arttığını göstermektedir. Medeni durum açısından incelendiğinde kadın girişimcilerin %70,2'sinin evli, %29,8'inin ise bekar olduğu görülmektedir.

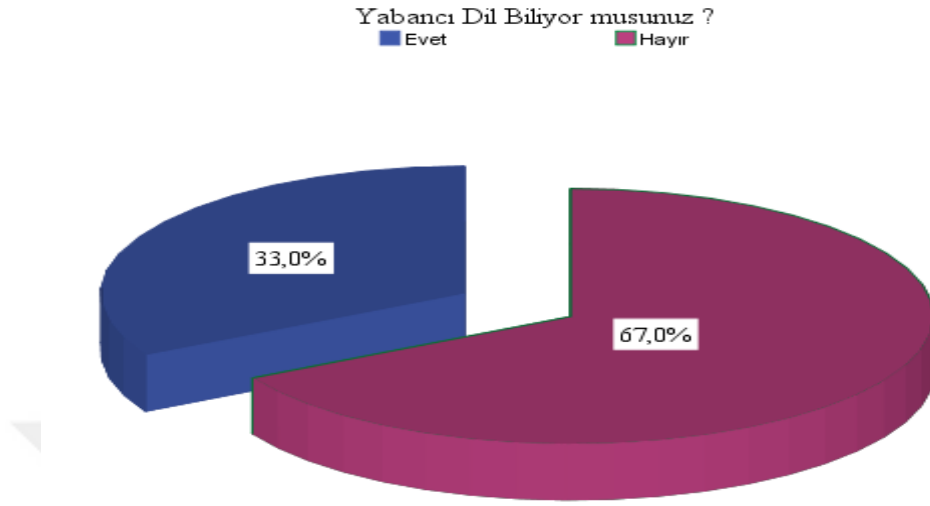
Tabloda yer alan bilgilere göre kadın girişimcilerin %68,1'i 2016 ve öncesinde, %18,1'i 2017'de, %8,5'i 2018'de, %4,3'ü 2019'da, %1,1'i ise 2020 yılında işletmelerini kurmuştur. Ankete cevap veren kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet gösterdiği sektörler incelendiğinde, %4,8'inin makine, %12,2'sinin gıda, %6,4'ünün tarım ve hayvancılık, %5,3'ünün turizm, %11,2'sinin sağlık, %29,8'inin hizmet, %10,6'sının tekstil ve konfeksiyon, %4,3'ünün otomotiv, %1,6'sının bilişim, %13,8'inin ise kozmetik sektöründe faaliyetlerini sürdürdüğü görülmektedir. Elde edilen veriler sonucunda %29,8'lik bir oranla hizmet sektörünün kadın girişimciler tarafından en fazla tercih edilen sektör olduğu görülmektedir. Hizmet sektörünü %13,8'lik oranı ile kozmetik sektörü takip etmektedir.

Kadın girişimcilerin çoğunlukla hizmet ve kozmetik sektörü içerisinde yer almalarına neden olarak bu sektörlerin diğer alanlara oranla kadınlara daha uygun olması ve kadınların aile ve iş yaşantısı arasında serbest bir şekilde hareket etmelerine olanak sağlaması olarak söylenebilir. Ankete katılan girişimcilerin en az tercih ettiği sektörün ise %1,6'lık oranla bilişim sektörü olduğu görülmektedir.

Tabloda yer alan ve işletmenin büyüklüğünün ve başarısının anlaşılmasında önemli bir etken olan işletme bünyesinde çalıştırılan kişi sayısı verileri incelendiğinde ankete katılan girişimcilerin %48,9'u 1-4 kişi, %34,0'ı 5-9 kişi, %13,3'ü 10-49 kişi, %3,7'si ise 50 ve üzeri çalışana sahiptir. Elde edilen veriler sonucunda 1-4 kişi arasında çalışana sahip işletmelerin genel oranın %48,9'unu kapsadığı görülmektedir. Bu doğrultuda ankete katılan kadın girişimciler tarafından kurulan işletmelerin küçük ölçekli daha çok yerel pazara hitap eden işletmeler olduğu söylenebilir.

Anket verilerini oluşturan kadın girişimciler kullandıkları sermaye kaynağı açısından değerlendirildiğinde ise; “kişisel ve ailevi kaynaklar” seçeneğinin 135 frekansla %71,8'lik, “banka kredisi” seçeneğinin 30 frekansla %16,0'lık, “arkadaş veya akrabaya borçlanma” seçeneğinin 3 frekansla %1,6'lık, “diğer ortaklar” seçeneğinin 16 frekansla %8,5'lik, “diğer” seçeneğinin ise 4 frekansla %2,1'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. Son olarak tablo 3.1 incelendiğinde kadın girişimcilerin kendi işletmelerini kurmadan önce %1,6'sı mimar, %3,2'si öğretmen, %1,6'sı mühendis, %1,6'sı ticaret, %1,1'i doktor, %0,5'i sekreter, %0,5'i bankacı, %3,7'si işletmeci, %0,5'i pazarlama, %1,1'i ise aşçı gibi çeşitli meslek gruplarında görev yapmıştır.

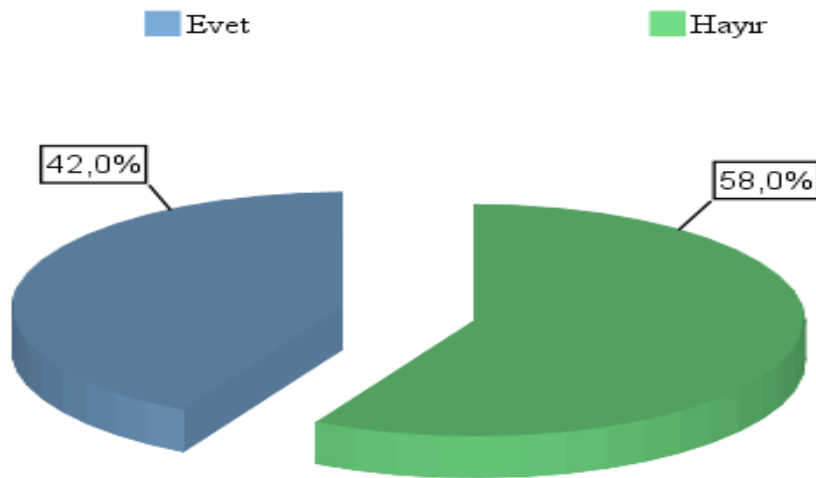
Grafik 1. Katılımcıların Yabancı Dil Bilgilerine Yönelik Sonuçlar



Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yabancı dil bilgileri grafikte gösterilmiştir. Ankete katılım sağlayan girişimcilerin %33'ü yabancı dil bilgisine sahipken %67,0'ının ise yabancı dil bilgisinin olmadığı görülmüştür.

Grafik 2. Katılımcıların Girişimcilik Üzerine Eğitim Programına Katılımlarına Yönelik Bulgular

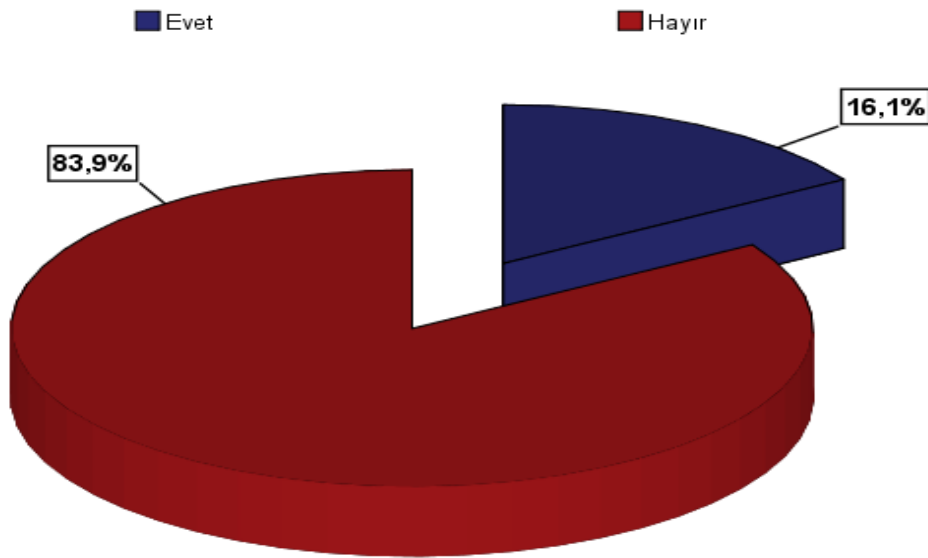
Girişimcilik Konusunda Bir Eğitim Programına Katıldınız mı ?



Araştırma sonuçlarına göre grafik incelendiğinde %58,0'lık bir payla en yüksek oranın eğitim programına katılmayan girişimcilere ait olduğu görülmektedir. Son yıllarda özellikle KOSGEB bünyesinde yürütülen girişimcilik eğitimlerinin önemi bu soruda net olarak görülmektedir. Bu sonucu ülkemizde kadın girişimcilere yönelik eğitim programlarının yeterli seviyede olmamasına ve gerçekleştirilen eğitim programları hususunda kadın girişimciler üzerinde yeterli düzeyde farkındalık yaratılamamasına bağlamak mümkündür. KOSGEB, Üniversiteler, Meslek ve Ticaret Odası gibi kuruluşların son yıllarda girişimcilik konusuna yönelik eğitim programlarının gelecek dönemde kadın girişimci sayısı üzerinde olumlu yönde etki etmesi beklenmektedir.

Grafik 3. Katılımcıların Girişimci Olmadan Önce ki İş Yaşantılarına Yönelik Sonuçlar

Girişimci Olmadan Önce Bir İşte Çalışıyor muydunuz ?



Elde edilen verilere göre ankete katılan kadın girişimcilerin %83,9'lük bir oranının girişimci olmadan önce herhangi bir iş alanında faaliyet göstermediği görülmüştür. Düşük bir orana sahip olan %16,1'lik kesimin ise daha önce iş hayatı içerisinde yer alarak sonra ki dönemlerde girişimciliğe yöneldikleri sonucuna ulaşılmıştır.

3.6.2. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Güvenilirlik analizi yapılan çalışmadaki ölçümlerin tekrarlanması neticesinde ortaya çıkan kararlı sonuçtur. Bu kısımda da ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Cronbach's Alpha güvenilirlik kat sayısı hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha katsayısının 0 ile 1 arasında yer alması gerekmektedir. Elde edilen değer 1'e ne kadar yakın olur ise güvenilirliği de o kadar yüksek olmaktadır. Cronbach's Alpha veri değerlendirme sistemine göre 0,60 ile 0,80 arası değerler güvenilir, 0,80 ile 1,0 arasında ki değerler ise çok güvenilir olarak kabul edilmektedir.

Tablo 9. Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi

Ölçek	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha Katsayısı
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	9	,710
Girişimcilikte Motivasyon Faktörleri	10	,755
Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar	10	,772
Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	13	,792

Çalışmada kullanılan ölçeklerin cronbach's alpha katsayısı 0,70-1,00 aralığında olduğundan dolayı tüm faktörler açısından genel olarak güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir.¹

3.6.3. İfadelere Verilen Cevapların Normal Dağılıma Uygunluk Testleri

Araştırma kapsamında toplanan verilerin normal dağılıma uygun olup olmadıkları Kolmogorov-Smirnov ve ShapiroWilk testleri ile Skewness ve Kurtosis katsayıları yardımıyla incelenmiş ve tüm ölçeklerde ki maddelerin normal dağılıma uygunluk gösterdiği

belirlenmiştir. Dolayısıyla, normal dağılıma sahip olan bu verilerde parametrik analiz tekniklerinin uygulanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

3.6.4. Tutumlara Yönelik Bulgular

Bu kısımda kadınların girişimciliğe karşı olan tutumlarını ölçmek amacıyla likert tipi ifadelerden oluşan soru cevapları ortalamalar açısından değerlendirilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Girişimci Olmada Etkili Olan Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	Ortalama	Standart Sapma
Aile İhtiyaçlarını karşılamak için	3,63	1,084
Hedeflerime ulaşabilmek için	4,61	0,616
İş dünyasına katılmak için	4,02	0,967
Bilgi ve becerilerimi kullanmak için	4,61	0,649
Finansal destek ve teşvik verildiği için	2,22	1,075
Vaktimi değerlendirmek için	3,85	1,137
Topluma fayda sağlamak için	4,47	0,892
Mesleğimi yapmak için	3,94	1,004
Kendi işimin patronu olmak için	3,99	0,843
1- Önemli Değil, 2- Kısmen Önemli, 3-Orta Derecede Önemli, 4- Önemli, 5- Çok Önemli		

Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebepler hakkında ki görüşleri Tablo 10’da gösterilmektedir. Elde edilen sonuçlara göre ifadelere verilen yanıtların genel ortalamaları dikkate alındığında, katılımcıların 4,61 ortalamaıyla “hedeflerime ulaşabilmek” ve “bilgi ve becerilerimi kullanmak için” ifadelerine en yüksek önem düzeyini atfettikleri görülmektedir. Katılımcı kadın girişimcilerin “topluma fayda sağlama” ifadesine de diğer ifadelere nazaran daha yüksek önem atfettikleri görülmektedir. Bununla birlikte “finansal destek ve teşvik verildiği için” ifadesi ortalamasına bakıldığında destek ve teşviklerin girişimci olmada belirleyici bir rol oynamadığı görülmektedir.

Tablo 11. Katılımcıları Motive Eden Faktörlerin Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Girişimci Olmada Etkili Olan Motivasyon Faktörleri	Ortalama	Standart Sapma
Kendini gerçekleştirme isteği	4,63	0,715
Bağımsız çalışma arzusu	4,01	0,811
Esnek çalışma saatleri	3,59	0,930
Para kazanma isteği	4,31	0,764
Güç elde etme isteği	3,61	1,042
Sosyal statü edinme isteği	3,30	0,980
Girişimcilik güdüsü	4,04	0,952
İş doyumsuzluğu	1,85	1,171
Cam tavan sendromunu yenmek	1,49	1,042
İşsiz kalma korkusu	1,56	1,112
1- Önemli Değil, 2- Kısmen Önemli, 3-Orta Derecede Önemli, 4- Önemli, 5- Çok Önemli		

Tabloda yer alan veriler incelendiğinde, 4,63'lük bir ortalama sahip olan kendini gerçekleştirme isteğinin katılımcıları girişimciliğe motive eden en önemli faktör olduğu görülmektedir. Kadınların özellikle iş hayatında karşılaştıkları cinsiyetçi ve önyargılı yaklaşımlar nedeniyle içlerinde oluşan kendini kanıtlama ve başarıma isteğinin bu sonucu ortaya çıkardığı söylenebilir. Ayrıca araştırma içerisinde yer alan katılımcılardan büyük bir çoğunluğunun yükseköğrenim gördüğü düşünülürse almış oldukları eğitimin gereklerini yerine getirerek iş dünyasında başarıya ulaşmak istediklerini söylemekte mümkündür. Kendini gerçekleştirme isteğinden sonra en çok motive olunan faktörün 4,31'lik ortalama sahip olan para kazanma isteği olduğu görülmektedir. Bu durumu para kazanma isteğinin girişimciliğin temel faktörlerinden biri olmasına bağlamak mümkündür. Çünkü bireylerin içsel ihtiyaçlarını tatmin edebilmeleri için gerçekleştirdikleri girişimcilik faaliyetleri sonucunda para kazanmaları da gerekmektedir. Motive olunan diğer faktörler incelendiğinde ise girişimcilik güdüsünün 4,04, bağımsız çalışma arzusunun da 4,01'lik ortalama sahip

olduğu görülmektedir. İlk dört sırada yer alan faktörler değerlendirildiğinde katılımcıların başarıya ulaşma, kendini kanıtlama, para kazanma isteği ve içlerinde barındırdıkları girişimcilik güdüsü gibi faktörlerden motive olarak girişimciliğe adım attıkları, bununla birlikte bağımsız bir çalışma hayatı arzuladıkları sonucuna ulaşılabılır. Katılımcıları en az motive eden faktör ise 1,49'luk ortalama ile cam tavan sendromudur. 1,56'lık bir ortalamaya sahip olan işsiz kalma korkusu en az motive olunan ikinci faktör olmuştur. Bu durumu katılımcıların bir iş sahibi olmaktan daha çok arzu ettikleri ve severek yapabilecekleri bir işte çalışmak istemelerine bağlamak mümkün olacaktır.

Tablo 12. Katılımcıların İş Kurma Aşamasında Karşılaştıkları Sorunların Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Girişimci Olmada Karşılaşılan Sorunlar	Ortalama	Standart Sapma
İşimi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım.	3,26	1,142
İşimi kurarken ailevi sorunlardan dolayı sorun yaşadım.	1,71	0,973
İşimi kurarken bürokratik işlemler nedeniyle sorun yaşadım.	3,16	1,165
İşimi kurarken mekan seçimi konusunda sorun yaşadım.	2,61	1,068
İşimi kurarken personel temininde sorun yaşadım.	2,77	1,146
İşimi kurarken materyal temininde sorun yaşadım.	3,09	1,176
İşimi kurarken toplumun ön yargıları ve kadına olan olumsuz bakışından dolayı sorun yaşadım.	2,41	1,127
İşimi kurarken bilgi eksikliği ve deneyimsizliğimden dolayı sorun yaşadım.	2,29	1,106
İşimi kurarken pazarda tanınmamış olmamdan dolayı sorun yaşadım.	3,16	0,992
İşimi kurarken toplumsal kültür etkisinden olumsuz yönde etkilendim.	2,27	0,911
1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum		

Tabloya göre ifadelere verilen cevapların genel ortalamaları dikkate alındığında ankete katılan kadın girişimciler 3,26 değeri ile en fazla “işimi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım” ifadesine katılmışlardır. Bununla birlikte en az katılım sağlanan ifade ise 1,71 değeri ile “işimi kurarken ailevi sorunlardan dolayı sorun yaşadım” ifadesi olmuştur.

Tablo 13. Katılımcılara Göre Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özelliklerin Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	Ortalama	Standart Sapma
Zeki olma	4,63	0,646
Dürüst olma	4,86	0,480
Risk alabilme	4,32	0,667
Çalışkan olma	4,74	0,528
Güvenilir olma	4,76	0,508
Vizyon sahibi olma	4,26	0,604
Özgüven sahibi olma	4,44	0,622
Kararlı ve azimli olma	4,65	0,561
Sabırlı ve hoşgörülü olma	4,53	0,666
Duygusal zekaya sahip olma	3,04	1,101
Araştırmacı ve gözlemci olma	4,04	0,737
Yönetim becerisine sahip olma	4,65	0,614
Etkili iletişim becerisine sahip olma	4,66	0,527
1- Önemli Değil, 2- Kısmen Önemli, 3-Orta Derecede Önemli, 4- Önemli, 5- Çok Önemli		

Tabloya göre ifadelere verilen cevaplar dikkate alındığında “dürüst olma” ifadesi en önemli görülen ifade olmuştur. “Duygusal zekaya sahip olma” ifadesinin ise en az önem verilen ifade olduğu görülmektedir. Bununla birlikte genel ortalamaya bakıldığında tüm ifadelere verilen cevaplar birbirine yakın değerlerdedir ve önemli görülmüştür.

3.6.5 Tutum Farklılıkları Analizi

Tablo 14. Yaş Durumuna Göre Farklılıkların Analizi

Değişken	Yaş	N	P
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	18-23	1	0,498
	24-29	25	
	30-35	38	
	36-41	61	
	42-47	39	
	48-53	19	
	54 ve üzeri	5	
Girişimcilikte Motivasyon Faktörleri	18-23	1	0,001
	24-29	25	
	30-35	38	
	36-41	61	
	42-47	39	
	48-53	19	
	54 ve üzeri	5	
Girişimcilikte Karşılaşılan sorunlar	18-23	1	0,382
	24-29	25	
	30-35	38	
	36-41	61	
	42-47	39	
	48-53	19	
	54 ve üzeri	5	
Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	18-23	1	0,254
	24-29	25	
	30-35	38	
	36-41	61	
	42-47	39	
	48-53	19	
	54 ve üzeri	5	

Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda; “girişimci olmada etkili olan sebepler” “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ve “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeklerine ait görüş ortalamalarının yaş durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($P>0,05$), ancak ($P= 0,001<0,05$) olduğundan katılımcıların yaş grupları ile “girişimcilikte motivasyon faktörleri” ölçeğine yönelik görüş ortalamaları arasında anlamlı bir şekilde fark olduğu belirlenmiştir. Bu farklılığın 24-29 yaş grubundaki kadın girişimcilerin görüşlerinden kaynaklandığı görülmektedir. 24-29 yaş grubuyla 30-35, 36-41 ve 48-53 yaş gruplarının girişimcilikte motivasyonel faktörlere yönelik görüşlerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık nedeninin 24-29 yaş grubundaki kadın girişimcilerin yeni dijital teknolojileri daha işlevsel ve yoğun kullanmaları olarak gerçekleştiği değerlendirilebilir.

Tablo 15. Eğitim Durumuna Göre Farklılıkların Analizi

Değişken	Eğitim Durumu	N	P
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	İlköğretim	9	0,192
	Ortaöğretim	4	
	Lise	30	
	Önlisans	31	
	Lisans	90	
	Lisansüstü	24	
Girişimcilikte Motivasyon faktörleri	İlköğretim	9	0,602
	Ortaöğretim	4	
	Lise	30	
	Önlisans	31	
	Lisans	90	
	Lisansüstü	24	
Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar	İlköğretim	9	0,226
	Ortaöğretim	4	
	Lise	30	
	Önlisans	31	
	Lisans	90	
	Lisansüstü	24	
Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	İlköğretim	9	0,191
	Ortaöğretim	4	
	Lise	30	
	Önlisans	31	
	Lisans	90	
	Lisansüstü	24	

Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi testi incelendiğinde; “girişimci olmada etkili olan sebepler”, “girişimcilikte motivasyon faktörleri”, “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ve “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeklerine yönelik görüş ortalamalarının katılımcıların eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($P>0,05$) belirlenmiştir.

Tablo 16. Çalışan Kişi Sayısına Göre Farklılıkların Analizi

Değişken	Çalışan Kişi Sayısı	N	P
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	1-4 Kişi	92	0,146
	5-9 Kişi	64	
	10-49 kişi	25	
	50 ve Üzeri	7	
Girişimcilikte Motivasyon faktörleri	1-4 Kişi	92	0,643
	5-9 Kişi	64	
	10-49 kişi	25	
	50 ve Üzeri	7	
Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar	1-4 Kişi	92	0,349
	5-9 Kişi	64	
	10-49 kişi	25	
	50 ve Üzeri	7	
Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	1-4 Kişi	92	0,51
	5-9 Kişi	64	
	10-49 kişi	25	
	50 ve Üzeri	7	

Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi testi sonucunda; “girişimci olmada etkili olan sebepler”, “girişimcilikte motivasyon faktörleri”, “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ve “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeklerine ait görüş ortalamalarının

kadın girişimcilerin işletmelerinde çalıştırdığı kişi sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($P>0,05$) belirlenmiştir.

Tablo 17. İşletmenin Kuruluş Yılına Göre Farklılıkların Analizi

Değişken	Kuruluş Yılı	N	P
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	2016 ve Öncesi	128	0,147
	2017	34	
	2018	16	
	2019	8	
	2020	2	
Girişimcilikte Motivasyon faktörleri	2016 ve Öncesi	128	0,005
	2017	34	
	2018	16	
	2019	8	
	2020	2	
Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar	2016 ve Öncesi	128	0,608
	2017	34	
	2018	16	
	2019	8	
	2020	2	
Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	2016 ve Öncesi	128	0,011
	2017	34	
	2018	16	
	2019	8	
	2020	2	

Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi testi sonucunda; “girişimci olmada etkili olan sebepler” ve “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ölçeklerine ait görüş ortalamalarının işletmenin kuruluş yılına göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($P>0,05$) belirlenmiştir. “Girişimcilikte motivasyon faktörleri” ve “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeklerine ait görüş ortalamalarının ise işletmenin kuruluş yılına göre anlamlı bir

farklılık gösterdiği ($P<0,05$) belirlenmiştir. 2016 ve öncesi kurulan işletme sahibi girişimciler ile 2019 yılında kurulan işletme sahibi girişimcilerin “Girişimcilikte motivasyon faktörleri” ne yönelik görüş ortalamalarında ve 2016 ve öncesi kurulan işletme sahibi girişimciler ile 2017 yılında kurulan işletme sahibi girişimcilerin “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeğine yönelik görüş ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 18. Sermaye Kaynağına Göre Farklılıkların Analizi

Değişken	Sermaye Kaynağı	N	P
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	Kişisel ve Ailevi Kaynaklar	135	0,003
	Banka Kredisi	30	
	Arkadaş veya Akrabaya Borçlanma	3	
	Diğer Ortaklar	16	
	Diğer	4	
Girişimcilikte Motivasyon faktörleri	Kişisel ve Ailevi Kaynaklar	135	0,425
	Banka Kredisi	30	
	Arkadaş veya Akrabaya Borçlanma	3	
	Diğer Ortak	16	
	Diğer	4	
Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar	Kişisel ve Ailevi Kaynaklar	135	0,339
	Banka Kredisi	30	
	Arkadaş veya Akrabaya Borçlanma	3	
	Diğer Ortak	16	
	Diğer	4	
Başarılı Bir Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	Kişisel ve Ailevi Kaynaklar	135	0,444
	Banka Kredisi	30	
	Arkadaş veya Akrabaya Borçlanma	3	
	Diğer Ortak	16	
	Diğer	4	

Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi testine göre “girişimcilikte motivasyon faktörleri”, “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ve “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeklerine ait görüş ortalamalarının sermaye kaynağına göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($P>0,005$), fakat “girişimci olmada etkili olan sebepler” ölçeğine ait ifade görüşleri ile sermaye kaynağı arasında anlamlı bir farklılık olduğu ($P<0,005$) belirlenmiştir. Bu farklılığın sermaye kaynağı diğer ortaklar olan girişimciler ile sermaye kaynağı banka kredisi, kişisel ve ailesel kaynaklar olan gruplar arasındaki görüş farklılığına dayandığı tespit edilmiştir. Girişimcilikte sermaye kaynağı diğer ortaklar olan grubun sahip olduğu temel yetkinlikler ve mesleki deneyimin “girişimci olmada etkili olan sebepler” arasında yer alabileceği, dolayısı ile bu özelliklerinin sermaye edinme noktasında fark yarattığı söylenebilir.

Katılımcıların medeni durum ve yabancı dil bilgisi durumlarına göre “girişimci olmada etkili olan sebepler”, “girişimcilikte motivasyon faktörleri”, “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ve “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeklerine yönelik görüş ortalamaları arasında ki farkın anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla t testi yapılmış ve sonuçları Tablo 19 ve 20’de verilmiştir.

Tablo 19. Medeni Duruma Göre Farklılıkların Analizi

Değişken	Medeni Durum	N	P
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	Evli	132	0,661
	Bekâr	56	
Girişimcilikte Motivasyon Faktörleri	Evli	132	0,240
	Bekâr	56	
Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar	Evli	132	0,279
	Bekâr	56	
Sahip Olunması Gereken Özellikler	Evli	132	0,091
	Bekâr	56	

Yapılan t testi sonucunda; bireylerin medeni durumlarına göre “girişimci olmada etkili olan sebepler” “girişimcilikte motivasyon faktörleri” ve “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ölçeklerine ait görüş ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ($P>0,05$) belirlenmiştir. Yani araştırmaya katılan kadın girişimcilerin evli veya bekar olmalarının ölçek ifadelerine verdikleri cevaplar arasında bir farklılık oluşturmadığını göstermektedir. Ancak ($P=0,091<0,05$) olduğundan bireylerin medeni durumları ile “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeğine ait görüş ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir.

Tablo 20. Yabancı Dil Durumuna Göre Farklılıkların Analizi

Değişken	Yabancı Dil Durumu	N	P
Girişimci Olmada Etkili Olan Sebepler	Evet	62	0,213
	Hayır	126	
Girişimcilikte Motivasyon faktörleri	Evet	62	0,551
	Hayır	126	
Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar	Evet	62	0,993
	Hayır	126	
Sahip Olunması Gereken Özellikler	Evet	62	0,033
	Hayır	126	

Yapılan t testi sonucunda; kadın girişimcilerin yabancı dil bilgisi durumuna göre “girişimci olmada etkili olan sebepler”, “girişimcilikte motivasyon faktörleri” ve “girişimcilikte karşılaşılan sorunlar” ölçeklerine ait görüş ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ($P>0,05$) ancak “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ile ilgili ölçek ifadelerine katılım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ($P<0,05$) belirlenmiştir.

Test edilen hipotezlerin Kabul/Red durumları Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21. Hipotezlerin Kabul/Red Durumları

Hipotezler	Kabul Durumu
H₁ :Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebeplere yönelik görüşlerinde medeni durum değişkenine göre fark vardır.	RED
H₂ :Katılımcıların girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde medeni durum değişkenine göre fark vardır.	RED
H₃ :Katılımcıların iş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlara yönelik görüşlerinde medeni durum değişkenine göre fark vardır.	RED
H₄ :Katılımcıların başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklere yönelik görüşlerinde medeni durum değişkenine göre fark vardır.	KABUL
H₅ :Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebeplere yönelik görüşlerinde yaş değişkenine göre fark vardır.	RED
H₆ :Katılımcıların girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde yaş değişkenine göre fark vardır.	KABUL
H₇ :Katılımcıların iş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlara yönelik görüşlerinde yaş değişkenine göre fark vardır.	RED
H₈ :Katılımcıların başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklere yönelik görüşlerinde yaş değişkenine göre fark vardır.	RED
H₉ :Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebeplere yönelik görüşlerinde eğitim durumu değişkenine göre fark vardır.	RED
H₁₀ :Katılımcıların girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde eğitim durumu değişkenine göre fark vardır.	RED
H₁₁ :Katılımcıların iş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlara yönelik görüşlerinde eğitim durumu değişkenine göre fark vardır.	RED
H₁₂ :Katılımcıların başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklere yönelik görüşlerinde eğitim durumu değişkenine göre fark vardır.	RED
H₁₃ :Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebeplere yönelik görüşlerinde yabancı dil durumu değişkenine göre fark vardır.	RED

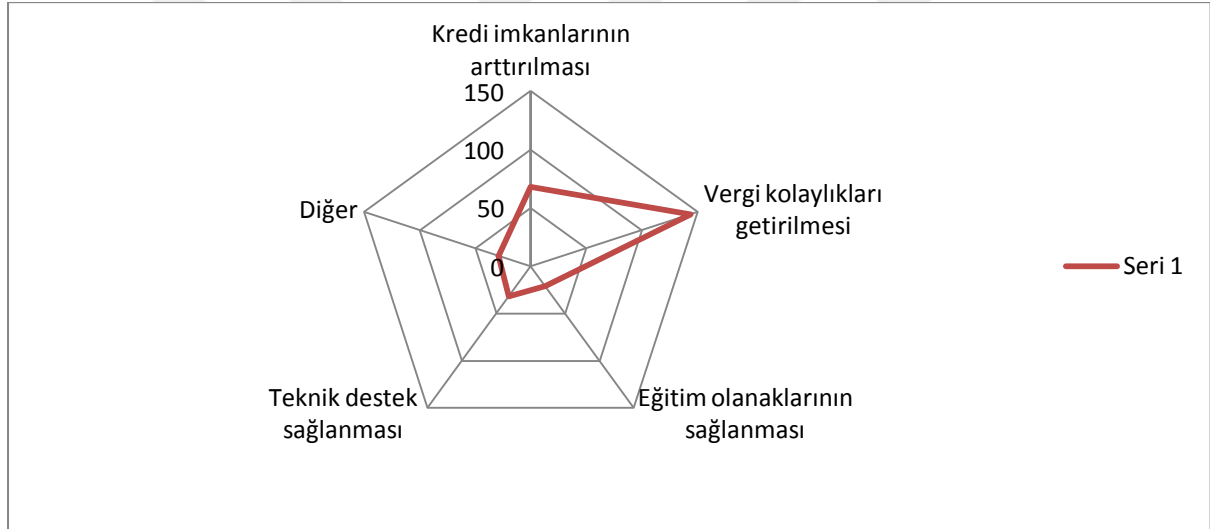
H₁₄: Katılımcıların girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde yabancı dil durumu değişkenine göre fark vardır.	RED
H₁₅: Katılımcıların iş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlara yönelik görüşlerinde yabancı dil durumu değişkenine göre fark vardır.	RED
H₁₆: Katılımcıların başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklere yönelik görüşlerinde yabancı dil durumu değişkenine göre fark vardır.	KABUL
H₁₇: Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebeplere yönelik görüşlerinde kuruluş yılı değişkenine göre fark vardır.	RED
H₁₈: Katılımcıların girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde kuruluş yılı değişkenine göre fark vardır.	KABUL
H₁₉: Katılımcıların iş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlara yönelik görüşlerinde kuruluş yılı değişkenine göre fark vardır.	RED
H₂₀: Katılımcıların başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklere yönelik görüşlerinde kuruluş yılı değişkenine göre fark vardır.	KABUL
H₂₁: Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebeplere yönelik görüşlerinde sermaye kaynağı değişkenine göre fark vardır.	KABUL
H₂₂: Katılımcıların girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde sermaye kaynağı değişkenine göre fark vardır.	RED
H₂₃: Katılımcıların iş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlara yönelik görüşlerinde sermaye kaynağı değişkenine göre fark vardır.	RED
H₂₄: Katılımcıların başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklere yönelik görüşlerinde sermaye kaynağı değişkenine göre fark vardır.	RED

Tablo 21’de yer alan hipotezlerin kabul ve red durumları incelendiğinde, 18 adet hipotezin reddedildiği, sadece 6 hipotezin kabul gördüğü sonucuna ulaşılmıştır.

3.6.6. Değerlendirme Sorularına Yönelik Bulgular

Araştırmanın son kısmında yer alan çoktan seçmeli değerlendirme sorularına yönelik bulgular bu kısımda paylaşılmıştır. Bu kapsamda girişimcilerin devletten öncelikli beklentilerine ilişkin yöneltilen birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği sorulara verilen cevaplar radar grafiğinde gösterilmiştir. Kadın girişimcilerin devletten öncelikli olarak vergi konusunda kolaylıklar (f:144) beklediği görülmektedir. Daha sonra sırasıyla kredi imkânlarının artırılması (f:68), teknik destek sağlanması (f:32), diğer münferit talepler (29) ve eğitim olanaklarının sunulması taleplerinin geldiği görülmektedir.

Grafik 4. Katılımcıların Devletten Beklentilerine Yönelik Bulgular



Tablo 22. Katılımcıların İşleri İle İlgili Gelecek Planlarına Ait Bulgular

İşinizle İlgili Gelecek Planınız Nedir?	Frekans	Yüzde
Mevcut durumu devam ettirmeyi düşünüyorum	89	47,3
Ürün ve hizmette çeşitlendirme yaparak büyümeyi hedefliyorum	79	42,0
Farklı sektörlere girmeyi düşünüyorum	15	8,0
İşi bırakmayı düşünüyorum	1	0,5
Diğer	4	2,1
Toplam	188	100,0

Tabloda yer alan bilgilere göre kadın girişimcilerin gelecekle ilgili planları arasında ilk sıralarda %47,3'lük oran ile “mevcut durumu devam ettirmeyi düşünüyorum” ve %42,0'lık oran ile “ürün ve hizmette çeşitlendirme yaparak büyümeyi hedefliyorum” seçenekleri yer almaktadır. Daha sonra %8'lik oran ile “farklı sektörlerle girmeyi düşünüyorum”, %0,5'lik oran ile “iş bırakmayı düşünüyorum” ve son olarak %2,1'lik oran ile diğer seçeneği yer almaktadır. Bu veriler neticesinde, ankete katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun yürütmekte olduğu girişimcilik faaliyetinden memnun olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür. Ancak 47,3'lük oran içerisinde yer alan kadın girişimcilerin işletmelerini ileriye taşımaktan ziyade mevcut durumunu devam ettirmeyi planlaması olumsuz bir durum olarak değerlendirilebilir. Ankete katılan kadın girişimcilerin vergi indirimi ve kredi imkânlarının kolaylaştırılması gibi hususlarda destek beklediği göz önünde bulundurulursa, işletmelerini büyütmemelerindeki temel sebebinin finansal konularda yaşanacak problemler olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 23. Katılımcıların Kişisel İmajlarının ve Özgüvenlerinin Gelişimine Ait Bulgular

Bir kadın girişimci olarak girişimcilikten önce ki kişisel imajınız ve kendinize olan güveninizin olumlu yönde geliştiğini düşünüyor musunuz ?	Frekans	Yüzde
Evet, olumlu yönde gelişti	163	86,7
Hayır, olumlu yönde gelişmedi	1	0,5
Herhangi bir değişiklik olmadı	24	12,8
Toplam	188	100,0

Yukarıda yer alan bilgiler çerçevesinde katılımcıların %86,7'lik bir kısmının gerçekleştirmiş olduğu girişimcilik faaliyetlerinin kişisel imajını ve özgüvenini geliştirdiğini, %12,8'lik kısmının herhangi bir etki yaratmadığını düşünmekte olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. %0,5'lik küçük bir kesim ise girişimcilik faaliyetlerinin onlarda imaj ve özgüven kaybı yarattığını düşündükleri görülmektedir. %86,7 gibi büyük bir çoğunluğun

girişimcilik sayesinde olumlu sonuçlar almış olması çevrelerinde bulunan diğerkadınlara rol model olarak, onları girişimciliğeteşvik etmelerine sebep olmaktadır.

Tablo 24. Katılımcıların Girişimciliğidiğerkadınlara Tavsiye Etme Durumlarına Yönelik Bulgular

Girişimciliğidiğerkadınlara tavsiye eder misiniz?	Frekans	Yüzde
Evet, tavsiye ederim	175	93,1
Hayır, tavsiye etmem	13	6,9
Toplam	188	100,0

Tabloda yer alan bilgilere göre katılımcıların %93,1'lik kısmının girişimciliğidiğerkadınlara tavsiye ettiğigörülürken, %6,9'luk bir kısmının ise girişimciliğidiğerkadınlara tavsiye etmediğigörülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların neredeyse tamamının diğerkadınlara girişimciliğetavsiye etmiş olmasının sebebini, girişimciliğinkadınlara sağladığı toplumsal ve ekonomik katkılara bağlamak mümkündür.

SONUÇ

Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinin yaşandığı günümüz küresel rekabet ortamında, teknoloji ve çevresel gelişmeler ekonomik kalkınmanın koşullarını radikal bir şekilde değişikliğe uğratmıştır. İçinde bulunduğumuz pandemi süreci bu süreci daha da hızlandırmaktadır. Öncü toplumların varlıklarını sürdürmek adına klasik kalkınma modellerinden ziyade günümüz koşullarına daha uygun girişimcilik modellerine daha fazla önem verdiği görülmektedir. Kolektif merkezîyetçi yapılardan bireysel yenilikçi düşüncenin daha yüksek fayda sağlama potansiyeline sahip olduğu bilinmektedir. Rekabetin çok farklı boyutlara taşındığı günümüzde girişimcilik fenomeninin sunmuş olduğu fırsatlar, gelişmiş ekonomiler tarafından keşfedilmiş ve girişimciliğe yönelik sistematik bir genişleme politikası uygulanmıştır. Bu sürecin sunduğu fırsatlardan yararlanmak için özellikle genç ve kadın kitlenin sürece dahil edilmesi çok büyük önem arz etmektedir. Girişimcilik sürecinin kadın girişimciliği açısından ele alınarak yayılması, toplumsal kalkınmanın sağlanmasında çarpan etkisiyle büyük bir sinerji yaratma potansiyeline sahiptir. Çalışmamızın amacı bu sinerjiye katkı sunacak motivasyon faktörlerinin yordanmasını konu edinmektedir. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen araştırma neticesinde elde edilen veriler değerlendirilerek sonuç ve çözüm önerileri ortaya koyulmuştur.

Çalışma kapsamında ulaştığımız sonuçlardan elde edilen en önemli bulguları şu şekilde özetlenmektedir. Kadın girişimcilerin daha çok 36-41 yaş aralığında olduğu yani orta yaş grubu içerisinde yer aldıkları ve evli oldukları görülmüştür. Evli kadınların sayısının fazla olması girişimcilik faaliyetleri için evliliğin büyük bir engel teşkil etmediğini göstermektedir. Kadın girişimcilerin eğitim durumlarına ait veriler incelendiğinde %60,7'sinin lisans ve üzeri eğitim aldığı görülmüştür. Bu durum yüksek düzeyde eğitim görmüş kadınların girişimciliğe daha fazla eğilimli olduğu sonucuna ulaşılmasını sağlamıştır. Ayrıca katılımcıların iyi

düzeyde eğitim almış olmaları, girişimcilikte başarıya ulaşmalarını sağlayan en önemli unsurlardan biri olması nedeniyle büyük önem arz etmektedir.

Katılımcıların faaliyet gösterdiği sektörlerle yönelik bulgular sonucunda, kadınların en çok hizmet sektörü içerisinde yer aldıkları görülmüştür. Hizmet sektörünü kozmetik ve gıda sektörleri takip etmektedir. Kadın girişimcilerin çoğunlukla bu sektörler içerisinde faaliyet göstermelerinin sebebini, bu sektörlerin diğer alanlara kıyasla kadınlara daha uygun olması ile kadınların aile ve iş yaşantısı arasında daha serbest bir şekilde hareket etmelerine olanak sağlaması gibi etkenlere bağlamak mümkündür.

Kadın girişimcilerin işletmelerinde çalıştırdığı kişi sayıları değerlendirilecek olursa, verilere göre neredeyse yarısının 1-4 kişi arasında çalışan bulundurması, kadın girişimcilerin çoğunlukla küçük ölçekli işletmelere sahip olmayı ve yerel pazara hitap etmeyi tercih ettiğini gösterir niteliktedir. Katılımcıların işletmelerini kurabilmeleri için gerekli olan finansal kaynağı büyük oranda kişisel birikimlerinden veya ailevi kaynaklardan sağladığı görülmektedir. Bu durum kadınların fazla sermaye gerektirmeyen işlere yönelmelerine sebep olabilmektedir. Ayrıca birçok işletmenin banka kredisi ile hayata geçirildiği düşünüldüğünde, kadın girişimcilerin daha çok kişisel ve ailevi birikimlere yönelmesinin sebebi, bankaların kadınlara karşı önyargılı bir tutum sergilemesine bağlanabilir. Çünkü birçok kadın girişimci, finansal kaynak için bankalara başvurduğunda, ek teminat verme veya yeterli limiti elde edememe gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır.

Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun girişimci olmadan önce herhangi bir işte çalışmadığı yani iş hayatı için gerekli olan bilgi ve tecrübeyi, girişimcilik faaliyetleriyle ya da aldıkları eğitimler sayesinde elde ettikleri sonucuna varmak mümkündür. Birçok kadın girişimcinin yabancı dil bilgisine sahip olmadığı ulaşılan diğer bulgular arasındadır. Bu

durumun kadın girişimcilerin işletmelerini büyüterek, küresel pazara hitap etmelerine engel oluşturacağı söylenebilir.

Katılımcıların girişimcilik üzerine eğitim programlarına katılımlarına bakıldığında, en yüksek oranın eğitim programına katılmayan girişimcilere ait olduğu görülmüştür. Bu sonucu ülkemizde kadın girişimcilere yönelik eğitim programlarının yeterli seviyede olmamasına ve gerçekleştirilen eğitim programlarıyla ilgili kadın girişimciler üzerinde yeteri kadar farkındalık yaratılamamasına bağlamak mümkündür. Birçok kuruluş tarafından kadınlara girişimcilik konusunda eğitimler veriliyor olsa da bu eğitimlerin sayıca artırılması ve çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

Araştırma sonucunda kadınların girişimci olmasında etkili olan sebeplerin başında bilgi ve becerilerini kullanma, hedeflerine ulaşma ve topluma fayda sağlama gibi unsurların yer aldığı görülmüştür. Finansal destek ve teşvikler seçeneğinin en az tercih edilen neden olduğu yani kadınların girişimci olmasında belirleyici bir rol oynamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasında pozitif ayrımcılık çerçevesinde kadınlara yeteri kadar finansal destek ve teşviğin sağlanmamasının etkili olduğunu söylemek mümkündür. Kadın girişimciler, başarılı bir girişimcide bulunması gereken en önemli özelliğin dürüstlük olduğunu düşünmektedir. Ayrıca sırasıyla güvenilir olma, zeki ve çalışkan olma, kararlı ve azimli olma, iyi bir yönetim yeteneği ile etkili iletişim becerisine sahip olma gibi özelliklerin başarılı bir girişimcide olması gerektiği kanaatinde oldukları görülmektedir. Duygusal zekâ özelliğinin kadın girişimciler tarafından oldukça az tercih edilmesi, iş hayatında duygusal özelliklerden ziyade aklın ve mantığın ön planda olmasını tercih ettikleri sonucunu doğurmaktadır.

Çalışmanın temel konusunu içeren motivasyonel faktörlerin analizi incelendiğinde, kendini gerçekleştirme isteğinin kadınları girişimciliğe motive eden en önemli faktör olduğu

görülmektedir. Kadınların özellikle iş hayatında karşılaştıkları cinsiyetçi ve önyargılı yaklaşımlar nedeniyle içlerinde oluşan kendilerini kanıtlama ve başarıma isteğinin bu sonucu ortaya çıkardığı söylenebilir. Ayrıca araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğunun yükseköğrenim gördüğü düşünülürse, almış oldukları eğitimin gereklerini yerine getirerek iş dünyasında başarıya ulaşmak istediklerini söylemekte mümkündür. Kendini gerçekleştirme isteğinden sonra, kadın girişimcilerin en çok para kazanma isteği faktörü ile motive oldukları görülmüştür. Bu durumun para kazanma isteğinin girişimciliğin temel faktörlerinden biri olmasına ve işletmenin devamlılığı için gerekli olmasına bağlamak mümkündür. Ayrıca bireylerin kişisel ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri içinde girişimcilik faaliyetleri neticesinde para kazanmaları gerekmektedir. Motive olunan diğer faktörlerin sırasıyla girişimcilik güdüsü, bağımsız çalışma arzusu, güç elde etme isteği, esnek çalışma saatleri ve sosyal statü edinme isteği olduğu görülmektedir. Kadın girişimcileri en az motive eden faktörlerin ise cam tavan sendromu ile işsiz kalma korkusu olduğu görülmüştür. Bu durum, kadın girişimcilerin bir iş sahibi olmaktan daha çok arzu ettikleri şartlarda ve severek yapabilecekleri bir işte çalışmak istemelerine bağlanabilir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin, işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların başında “sermaye temini”, “bürokratik işlemler” ve “pazarda tanınmamış olma” gibi unsurlar yer almaktadır. Sermaye temini noktasında kadın girişimcilerin sorun yaşamalarının sebebini devlet tarafından sağlanan destek ve teşviklerin yetersizliği, girişimcilere kredi sağlayan kurumların kadınlara karşı önyargılı olması ve kendi imkânlarının kuracakları işletme için yetersiz olması gibi nedenlerle ilişkilendirmek mümkündür. Yoğun ve karmaşık olan bürokratik işlemler konusunda kadınların deneyimsiz olması ve danışmanlık alamaması, kadın girişimciler tarafından bürokratik işlemlerin en önemli sorunlarından birisi olarak değerlendirilmesine neden olmaktadır. Kadınların sıklıkla karşılaştığı sorunlardan bir diğeri ise pazarda tanınmamış olmaktır. Pazarda yeterince tanınmamış olan kadın girişimci

işletmesinin faaliyetlerini yürütürken sıkıntı yaşayacak, pazarda yer edinemeyecek ve erkek girişimcilerle rekabet edemeyecektir.

Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin en az ailevi sorunlarla karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Çünkü kadınların girişimciliğe adım atarken destek ve güç aldıkları kişi çoğunlukla eşleri ve aileleri olmaktadır. Finansal destek, rehberlik vb. pek çok konuda ailesinden destek alan kadınların başarıyı daha rahat elde ettikleri söylenebilir. Bunların yanı sıra kadınların ailesine karşı olan yükümlülüklerini girişimcilik nedeniyle yerine getiremeyeceğini düşünen aile bireyleri nadiren de olsa bu duruma karşı çıkabilmektedir.

Oluşturulan hipotez testlerine göre, katılımcıların girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde yaş değişkenine göre farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılık nedeninin 24-29 yaş grubundaki kadın girişimcilerin yeni dijital teknolojileri daha işlevsel ve yoğun kullanmalarından dolayı gerçekleştiği değerlendirilebilir. Katılımcıların girişimci olmada etkili olan sebeplere yönelik görüşlerinde sermaye kaynağı değişkenine göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılığın sermaye kaynağı diğer ortaklar olan girişimciler ile sermaye kaynağı banka kredisi, kişisel ve ailesel kaynaklar olan gruplar arasındaki görüş farklılığına dayandığı tespit edilmiştir. Katılımcıların başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler ve girişimcilikte motive eden faktörlere yönelik görüşlerinde kuruluş yılına göre farklılık olduğu görülmüştür. 2016 ve öncesi kurulan işletme sahibi girişimciler ile 2019 yılında kurulan işletme sahibi girişimcilerin “Girişimcilikte motivasyon faktörleri” ne yönelik görüş ortalamalarında ve 2016 ve öncesi kurulan işletme sahibi girişimciler ile 2017 yılında kurulan işletme sahibi girişimcilerin “başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler” ölçeğine yönelik görüş ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre kadın girişimcilerin devletten öncelikli olarak vergi konusunda kolaylıklar beklediği görülmektedir. Daha sonra sırasıyla kredi imkânlarının arttırılması, teknik destek sağlanması ve eğitim imkânlarının arttırılmasına yönelik beklentilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadın girişimciler kişisel imajlarının ve özgüvenlerinin girişimcilik sayesinde geliştiğini düşünmektedirler. Bundan dolayı katılımcıların neredeyse tamamı girişimciliği diğer kadınlara tavsiye etmektedirler.

Araştırma sonuçlarına göre geliştirilen öneriler aşağıda yer almaktadır;

- Kadın girişimcilerin örgün ve devamlı eğitim almaları sağlanarak kendi işlerini oluşturabilmeleri için girişimcilik alanında alt yapı oluşturacak şekilde eğitim planlamaları oluşturulmalıdır. Özellikle ilköğretim düzeyindeki kadınların öncelikli olarak eğitime dahil edilmesi ve girişimciliğe yönlendirilmesi gerekmektedir.
- Daha çok erkek işgücünün hakim olduğu inşaat, sanayi ve imalat gibi sektörlerde, kadınlarında aktif olmasını sağlamak için farkındalık yaratılmalıdır.
- Kadın girişimciler iş hayatında karşılarına çıkan engellerle baş edebilmek için öncelikle kararlı, azimli, hırslı ve tutarlı olmalıdırlar.
- Kadın girişimciler iş ve aile hayatını birbirine karıştırmamalı ve karşılaştıkları sorunları her iki tarafa da yansıtmamaya dikkat etmelidir.
- Hem kadın girişimcilerin hem de örgütün gelişimi için önem arz eden kariyer imkânları geliştirilmelidir.
- Kadınları girişimciliğe motive ederek, özgüvenlerinin artmasını sağlayacak kişisel eğitim programları ve seminerler düzenlenmelidir.
- Kadın girişimciliği için sorun oluşturan kredi imkânlarının kolaylaştırılması, kredi limitlerinin arttırılması ve faiz oranlarının indirilmesi ayrıca bankaların istemiş oldukları teminat şartlarında iyileştirmeye gidilmesi gerekmektedir. KOSGEB ve özel bankalar kadınlar için fon sağlamada pozitif ayrımcılık yapmalıdır.

- Kadın girişimcilerin işlerini kurma ve yürütme aşamalarında bürokratik işlemlerin olabildiğince hızlandırılması ve kısaltılması gerekmektedir.
- Girişimciliği arttırmaya yönelik programlar düzenlenmeli, girişimcilik eğitimlerine yönelik erişim imkânları kolaylaştırılmalıdır. Ayrıca kadınlara danışmanlık hizmeti ve ücretsiz proje desteği verilmelidir.
- Girişimcilik için yeterli sermayeye sahip olmayan kadınlar için evden destekli girişimler teşvik edilmelidir ve bu konuda hem kadın hem de aile bireyleri bilinçlendirilmelidir.
- Kadın girişimcilerin ürün ve hizmetlerini piyasaya sunma aşamasında, pazarda tanınmamış olmalarından dolayı müşteri kitlesi oluşturmada sorun yaşamamaları için kadın girişimcilere pazarlama desteği verilmesi önemlidir.
- Kadın girişimciliğinin geliştirilmesi için farkındalık ve özendirme çalışmalarına gereken önemin verilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda girişimcilikle ilgili başarı hikâyelerinin anlatılması ve kadınları girişimciliğe yönlendirecek tanıtım ve bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ağca, V., ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2 (8), 155-173.
- Açıl, E. (2018). *Kadın Girişimciliği ve Karşılaştıkları Sorunlar: Çanakkale İli Örneği*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ak, A. (2019). *Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımında Engeller ve Çözüm Önerileri*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Arıkan, C. (2013). *Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Aşkın, A., Nehir, S., ve Vural, Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 56-72.
- Aydın, G., Özkul, E., Tandoğan, G., ve Şahin, N. (2007). *Otel İşletmelerinde Kadınların Üst ve Tepe Yönetime Yükseltilmesinde Cam Tavan Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. (ss. 312-319). 15. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Sakarya.
- Aytar, O. (2020), Girişimcilik ve Strateji. N. K. Erdemir ve O. Aytar (Ed.), *İşletme Perspektifinden Girişimcilik Üzerine Yazılar* içinde (ss.133-149). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Baraz, B. (2006). *Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Ölçütleri*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.

- Başar, M. (2013). *Girişimcilik ve Girişimcilik Süreçleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Başol, O. (2010). *Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bay, M., ve Kulak, H. H. (2020). Girişimcilik Sürecinde Dış Çevre ve Demografik Faktörlerin Rolü. N. K. Erdemir ve O. Aytar (Ed.), *İşletme Perspektifinden Girişimcilik Üzerine Yazılar* içinde (ss.133-149). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bayraker, N. (2018). *Girişimcilik ve Kadın Girişimcilere Destek Olan Kurum ve Kuruluşlar*. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bankacılık Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bayraktaroğlu, S., ve Özdemir, Y. (2010). Yerel Girişimcilik Dinamikleri: Adapazar’ında Mobilyacılık Sektörünün Sözlü Tarih Yöntemiyle Anlaşılması. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İİBF Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8 (2), 53-75.
- Bedük, A. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (12), 106-117.
- Bektaş, Ç., ve Köseoğlu, M.A. (2007). Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması. *Karamanoğlu MehmetBey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1 (2), 297-317.
- Can, Y., ve Karataş, A. (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 6 (8), 251-261.

- Cansız, E. (2007). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Cevher, E. (2016). Yenilikçi Girişimciliğin Geliştirilmesinde Girişimcilik Eğitiminin Önemi: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırması Dergisi*, 17 (37), 1-17.
- Cici, E. C. (2013). *Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Clare, B. (2005). Barriers to Women Achieving Their Entrepreneurial Potential Women and Risk. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour Research*, 11(2), 144-161.
- Cole, R., ve Mehran, H. (2009). Gender and the Availability of Credit to Privately Held Firms: Evidence from the Surveys of Small Business Finances. *Federal Reserve Bank of New York Staff Reports*, No.383, 1-49.
- Çiçek, A. (2019). *Anadolu'da Kadın Girişimciliği ve Profili: İş Kurma Süreçleri ve Sonrasında Yaşanan Sorunlar: Sivas İli Örneği*. Gazi Osmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Diktaş, M. (2020). Girişimcilik ve Yenilik Yöntemi. N. K. Erdemir ve O. Aytar (Ed.), *İşletme Perspektifinden Girişimcilik Üzerine Yazılar* içinde (ss.96-113). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Durukan, T. (2006). Düünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Y.Y.'da Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37.

- Efe, M. N. (2016). *Girişimcilikte Temel Prensipler*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Efeoğlu, E. (2014). Çevreci Açıdan Girişim; Eko- Girişimcilik. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (1), 103-118.
- Emer, B. (2019). *Batman’da Kadın Girişimciliğinin Sorunlarının İncelenmesi*. Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Er, P. H. (2012). *Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ercan, S., ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğın Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (49), 59-82.
- Erdoğan, S. (2013). Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendime. *Ardahan Üniversitesi Çıldır Meslek Yüksek Okulu Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 167-190.
- Erdun, Ş. (2011). *Girişimcilerin Risk Alma Eğilimi ve Kendine Güven Özellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği*. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ergül, H. F. (2005). Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (14), 67-79.
- Ersezer, G. (2019). *Kadın Girişimcilerin Sorunları Van İli Örneği*. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Güleç, S. (2011). *Kadın Girişimciliği: Karaman Örneği*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Güney, S. (2006). Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 25-43.

Güney, S. (2015). *Liderlik*. İstanbul: Nobel Yayınevi.

Güney, S., ve Çetin, A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21 (1), 189-210.

Güven, M. (2019). Yönetici Girişimci İlişkilerinin Yönetim Fonksiyonlarına Etkisi: Gap Bölgesinde Bir Uygulama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 674-688.

Güven, Y. (2004). *Motivasyon Teori Ve Araçlarının İncelenmesi; Seydişehir Eti Alüminyum A.Ş’de Motivasyon Araçlarının İşgörenler Tarafından Algılanması Üzerine Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

İlter, B. (2008). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, (2019). Misyon ve Vizyon, <https://ailevecalisma.gov.tr/ksgm/teskilat-yapisi/misyon-ve-vizyon/>, Erişim Tarihi: 20.05.2020

KAGİDER, (2020). Kagider Hakkında, www.kagider.org/kurumsal/kagider/hakkinda, Erişim Tarihi: 20.05.2020

- Kaplan, M. (2007). *Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İş gören Performansına Etkisi Ve Bir Uygulama*. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Karaca, M., Özdevecioğlu, M., ve İnce, F. (2016). Kamu Girişimcilerinin Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 94-119.
- Kasalak, M.A. (2014). Bölgesel Kalkınma Açısından Sosyokültürel Yapının Girişimciliğe Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (31), 249-266.
- Kaygın, E., ve Güven, B. (2013). *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik*. İstanbul: Veritos Akademi Yayınevi.
- KEDV, (2020). Hakkımızda, <http://www.kedv.org.tr/kedv-hakkında>, Erişim Tarihi: 20.05.2020
- Keskin, S. (2013). *Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin İstihdam Yaratmada ki Rolü*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 72-94.
- Kıray, İ. (2019). *Motivasyon Faktörlerinin Satış Personelinin Motivasyonu ve Performansı Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Koçyiğit, D. (2016). Motivasyon ve Verimlilik Arasında ki İlişki: Bir Vakıf Üniversitesi Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 8 (31), 15-26.

Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 209-226.

KOSGEB, (2020). Kosgeb Vizyon ve Misyon, <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/337/vizyon-ve-misyon>, Erişim Tarihi: 20.05.2020

Kuzgun, Y., ve Sevim, S. A. (2004). Kadınların Çalışmasına Karşı Tutum ve Dini Yönetim Arasındaki İlişki. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 14-27.

Küçüközkcan, Y. (2015). Liderlik ve Motivasyon Teorileri: Kurumsal Bir Çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1 (2), 86-115.

Learner, M., Brush, C., ve Hisrich, R. (1997). Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Affecting Performance. *Journal Of Business Venturing*, 12 (1), 315-339.

MEKSA, (2020). Meks Hakkında, <https://www.meksa.com.tr/kurumsal>, Erişim Tarihi: 20.05.2020

Mercanlıoğlu, Ç. (2012). Örgütlerde Performans Yönetimi İle İşgörenlerin Motivasyonu Arasındaki İlişki. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 41-52.

Mungan, S. (2013). *Kadın Girişimcilik Değeri İle Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

- Narin, M., Marşap, A., ve Gürol, M. A. (2006). Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslar arası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8 (1), 65-78.
- Naktiyok, A., ve Kök, S. B. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 77-96.
- Önel, A. (2018). Girişimci Öğrenciler ve Öğretmenlerle Girişimci Türkiye'ye. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 256-286.
- Önen, S. M., ve Kanayran, H.G. (2015). Liderlik ve Motivasyon: Kurumsal Bir Değerlendirme. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 43-63.
- Örücü, E., Kılıç, R., ve Kılıç, T. (2007). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2), 117-135.
- Özal, P. H. (2009). *Türkiye’de Girişimcilik Teşvikleri ve Yeterliliği Ankara’da Bir Araştırma*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Özdemir, A. A. (2010). Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir’de Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10 (1), 117-139.
- Özgür, G. (2019). *Türkiye’deki Kadın Girişimcilerin Finansman Kaynaklarına Erişim Olanaklarının Analizi*. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Özkul, G. (2008). *Girişimcilik Teorileri ve Girişimcilik Türleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde (İİBS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi Kobilerinde ki Girişimcilik*

Üzerine Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Özkuş, G. (2007). Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (3), 343-366.

Öztemel, N. (2019). *Kosgeb Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Kişinin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Gaziantep İli Örneği.* Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Öztürk, A. (2019). *Motivasyon Faktörlerinin Sivil Havacılık Yer İşletmelerinde ki Personeller Üzerindeki Etkileri Ve Bu Motivasyon Faktörlerinin İş Performansı İle Olan İlişkisinin İncelenmesi, İstanbul İli Örneği.* İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri.* İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma.* Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Ruthankoon, R., ve Ogunlana, S. (2003). Testing Herzberg’s Two-Factor Theory In The Tai Construction Industry. *Engineering Construction And Architectmal Management*, 10 (5), 333-341.

- Saygın, S. (2018). *Girişimcilik Ruhu Üzerine Beş Büyük Faktör Kuramının Etkisi: Girişimcilik Eğitimi Verilen Kobilere Yönelik Bir Araştırma*. Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Sezgin, K. (2014). *Girişimcilik ve Gıda Sektöründe Yeni Kurulan Bir Girişimcilik Örneği*. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Sinanoğlu, E. (2005). *Kadın Girişimciler Kavramı ve Serbest Meslek Mensubu Kadın Girişimcilere İlişkin Konya İlinde Uygulamalı Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Sipahi, E. (1997). *Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.
- Soysal, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 65 (1), 85-113.
- Şahin, E. (2006). *Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Şekerler, H. (2006). *Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Şimşek, Ş., ve Çelik, A. (2014). *Yönetim ve Organizasyon*. Konya: Eğitim Kitapevi.

Tahtalı, F.A. (2018). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Malatya Kentsel Alanda Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.

Tamer, G. (2013). Dünya’ya Kıyasla Türkiye’de Kadın Girişimciliği. *International Conference On Eurasian Economies*, Beykent Üniversitesi, 649-655.

Tekin, M. (1999). *Girişimcilik Kendi İşini Kurma ve İşletme*. Konya: Konya Yayınevi.

Tekin, M. (2009). *Girişimcilik*, Konya: Güney Ofset.

Tekin, M. (2012). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Konya: Güney Ofset.

Tikici, M., ve Demirel, E. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Beyin Baskınlık Analizi ile Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (32), 221-253.

Toprakçı, G. (2019). *Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye; Antalya’da Faaliyet Gösteren Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

TÜGİAD, (2020). Hakkımızda, <http://www.tugiad.org.tr/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 19.05.2020

TÜİK, (2020). İstihdam Oranı (2015-2019), <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=102&locale=tr>, Erişim Tarihi: 19.05.2020

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2019). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023).

- Ubuz, M. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Yapı Sosyal Değişme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Uca, Y. F. (2019). *Girişimcilik eğitiminin Etkinliği: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma*. Karamanoğlu MehmetBey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Uluyol, O. (2013). Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksek Okulu Örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(15), 350-372.
- Uslan, B. (2019). *Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinin Planlanmış Davranışlar Teorisine Göre Değerlendirilmesi*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Yağcı, F., ve Bener, Ö. Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler. *Ankara Bilig*, 1(33), 85-10.
- Yaşar, F. (2017). *Düzce İlinde Kadın Girişimcilik Profiline Belirlenmesi*. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Yeşilçimen, P. (2020), Turizm Sektöründe Girişimcilik. N. K. Erdemir ve O. Aytar (Ed.), *İşletme Perspektifinden Girişimcilik Üzerine Yazılar* içinde (ss.287-313). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Ekonomisi İşletme Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, 2 (2), 79-92.

- Yılmaz, E., ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (21), 196-203.
- Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation. *International Joournal of Entrepreneurial Behavior Research*, 11(1), 25-41.
- Zsuzsanna, S. K., ve Herman, E. (2012). Innovative Entrepreneurship for Economic Development in EU. *Procedia Economics and Finance*, 3 (1), 268-275.



EKLER

Anket Formu

Sayın Katılımcı; Yaklaşık 5 dakika sürecek olan bu soru formu Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda yürütülmekte olan "Kadın Girişimciliğini Etkileyen Motivasyonel Faktörler: Konya İli Örneği" konulu yüksek lisans çalışması için yapılmaktadır. Anket sonucu elde edilen veriler ve sonuçlar bilimsel çalışma amaçlı kullanılacaktır. Dolayısıyla vereceğiniz tutarlı ve sağlıklı cevaplar çalışmanın güvenilirliğini ve doğru sonuçlara ulaşmasını sağlayacaktır. Değerli fikirlerinizle katılımınız için teşekkür ederiz. (Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan AYTAR)

YL Öğrencisi

Özge Betül Kırçicek

Yaşınız:

☐ 18-23 ☐ 24-29 ☐ 30-35 ☐ 36-41 ☐ 42-47 ☐ 48-53 ☐ 54 ve üzeri

Eğitim durumunuz

☐ İlköğretim ☐ Ortaöğretim ☐ Lise ☐ Önlisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü

Yabancı dil biliyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır

Medeni haliniz?

☐ Evli ☐ Bekar

1. İşletmenizin kuruluş yılını belirtiniz.

☐ 2016 ve öncesi ☐ 2017 ☐ 2018 ☐ 2019 ☐ 2020

2. İşletmenizin faaliyet gösterdiği sektörü belirtiniz.

.....

3. İşletmeniz bünyesinde kaç kişi çalıştırıyorsunuz?

() 1-4 kişi () 5-9 kişi () 10-49 kişi () 50 ve üzeri kişi

4. Girişimci olmadan önce bir işte çalışıyor muydunuz?

() Evet () Hayır

5. Cevabınız evet ise çalışmış olduğunuz meslek dalını belirtiniz.

.....

6. Girişimcilik konusunda herhangi bir eğitim programına (kurs, sertifika, dersane vb.) katıldınız mı?

() Evet () Hayır

7. Girişimcilik faaliyetinde kullandığınız sermayenin kaynağı nedir?

- () Kişisel ve ailevi kaynaklar
 () Banka kredisi
 () Arkadaş veya akrabaya borçlanma
 () Diğer ortaklar
 () Diğer

8. Girişimci olmanızda etkili olan sebepleri önem derecesine göre sıralayınız.

Nedenler	Önemli Değil	Kısmen Önemli	Orta Derecede Önemli	Önemli	Çok Önemli
Aile ihtiyaçlarını karşılamak için					
Hedeflerime ulaşabilmek için					
İş dünyasına katılmak için					
Bilgi ve becerilerimi kullanmak için					

Finansal destek ve teşvik verildiği için					
Vaktimi değerlendirmek için					
Topluma fayda sağlamak için					
Mesleğimi yapmak için					
Kendi işimin patronu olmak için					

9. Girişimci olmanızda sizi motive eden faktörleri önem derecesine göre sıralayınız.

Motivasyonel Faktörler	Önemli Değil	Kısmen Önemli	Orta Derecede Önemli	Önemli	Çok Önemli
Kendini gerçekleştirme isteği					
Bağımsız çalışma arzusu					
Esnek çalışma saatleri					
Para kazanma isteği					
Güç elde etme isteği					
Sosyal statü edinme isteği					
Girişimcilik güdüsü					
İş doyumsuzluğu					
Cam tavan sendromunu yenmek					
İşsiz kalma korkusu					

10. İş kurma aşamasında karşılaşılan sorunlara ilişkin bazı ifadelere yer verilmiştir. Bu ifadelere ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

İş Kurma Aşamasında Karşılaşılan Sorunlar	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
İşimi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım					
İşimi kurarken ailevi sorunlardan dolayı sorun yaşadım					
İşimi kurarken bürokratik işlemler nedeniyle sorun yaşadım					
İşimi kurarken mekan seçimi konusunda sorun yaşadım					
İşimi kurarken personel temininde sorun yaşadım					
İşimi kurarken materyal temininde sorun yaşadım					
İşimi kurarken toplumun ön yargıları ve kadına olan olumsuz bakışından dolayı sorun yaşadım					
İşimi kurarken bilgi eksikliği ve deneyimsizliğimden dolayı sorun yaşadım					
İşimi kurarken pazarda tanınmamış olmamdan dolayı sorun yaşadım					
İşimi kurarken toplumsal kültür etkisinden olumsuz yönde etkilendim.					

**11. Başarılı bir girişimcinin hangi özelliklere sahip olması gerektiğini düşünüyorsunuz ?
Önem derecesine göre sıralayınız.**

Özellikler	Önemli Değil	Kısmen Önemli	Orta Derecede Önemli	Önemli	Çok Önemli
Zeki olma					
Dürüst olma					
Risk alabilme					
Çalışkan olma					
Güvenilir olma					
Vizyon sahibi olma					
Özgüven sahibi olma					
Kararlı ve azimli olma					
Sabırlı ve hoşgörülü olma					
Duygusal zekaya sahip olma					
Araştırmacı ve gözlemci olma					
Yönetim becerisine sahip olma					
Etkili iletişim becerisine sahip olma					

12. Ülkemizde kadın girişimciliğinin gelişmesi için devletten öncelikli beklentileriniz nelerdir ?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- ☐ Kredi imkanlarının arttırılması
- ☐ Vergi kolaylıkları getirilmesi
- ☐ Eğitim olanaklarının sağlanması
- ☐ Teknik destek sağlanması
- ☐ Diğer

13. İşinizle ilgili gelecek planınız nedir?

- ☐ Mevcut durumu devam ettirmeyi düşünüyorum
- ☐ Ürün ve hizmete çeşitlendirme yaparak büyümeyi hedefliyorum
- ☐ Farklı sektörlere girmeyi düşünüyorum
- ☐ İş bırakmayı düşünüyorum
- ☐ Diğer

14. Bir kadın girişimci olarak girişimcilikten önce ki kişisel imajınız ve kendinize olan güveninizin olumlu yönde geliştiğini düşünüyor musunuz ?

- ☐ Evet, olumlu yönde gelişti
- ☐ Hayır, olumlu yönde gelişmedi
- ☐ Herhangi bir değişiklik olmadı

15. Girişimci olmayı diğer kadınlara tavsiye eder misiniz ?

- ☐ Evet, tavsiye ederim
- ☐ Hayır, tavsiye etmem