

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

KIRSAL ALANLARDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI
FİNANSAL SORUNLAR : MİLAS (MUĞLA) – BYDGOSZCZ (POLONYA)
KARŞILAŞTIRMASI

YÜKSEK LİSANS

HAZIRLAYAN
CEREN ÖZDEN
1541180010

DANIŞMAN
DOÇ. DR. DOĞAN KUTUKIZ

TEMMUZ 2019
MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

KIRSAL ALANLARDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI
FİNANSAL SORUNLAR : MİLAS (MUĞLA) – BYDGOSZCZ (POLONYA)
KARŞILAŞTIRMASI

YÜKSEK LİSANS

HAZIRLAYAN
CEREN ÖZDEN

DANIŞMAN
DOÇ. DR. DOĞAN KUTUKIZ

TEMMUZ 2019
MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ DALI

**KIRSAL ALANLARDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI
FİNANSAL SORUNLAR: MİLAS(MUĞLA)-BYDGOSZCZ(POLONYA)
KARŞILAŞTIRMASI**

CEREN ÖZDEN

1541180010

Sosyal Bilimler Enstitüsünce
Tezli Yüksek Lisans
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez

Tezin Enstitüye Teslim Edildiği Tarih:

Tezin Sözlü Savunma Tarihi: 09.07.2019

Tez Danışmanı: Doğan KUTUKIZ

Jüri Üyesi: Dr. Öğr.Üyesi Ercan YAVUZ

Jüri Üyesi: Doç.Dr. Işıl Arıkan SALTIK

Enstitü Müdürü: Prof.Dr. Tuncay ÖĞÜN

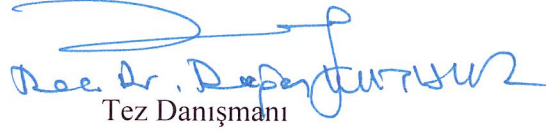
TEMMUZ 2019

MUĞLA

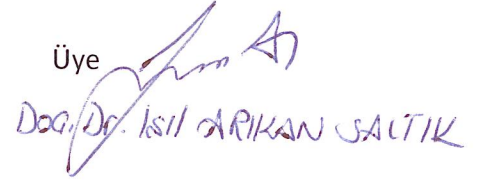
TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 09/05/2019. tarih ve .892/2 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı **Tezli Yüksek Lisans Programı** öğrencisi Ceren ÖZDEN'in "Kırsal Alanlarda Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Finansal Sorunlar: Milas(Muğla)-Bydgoszcz (Polonya) Karşılaştırması" adlı tezini incelemiş ve aday 09/07/2019 tarihinde saat 11:00'de jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 50 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin **kabul** edildiğine .oybirliği ile karar verildi.


Tez Danışmanı


Üye
Dr. Öğ. Üy. İrdan YANUZ


Üye
Doç. Dr. İsmail ARIKAN SALTIK

YEMİN

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “KIRSAL ALANLARDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI FİNANSAL SORUNLAR: MİLAS(MUĞLA)-BYDGOSZCZ (POLONYA) Karşılaştırması” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

09/07/2019

CEREN ÖZDEN



YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN

Soyadı : ÖZDEN

Adı : CEREN

Referans No: 10250227

TEZİN ADI

Türkçe: Kırsal Alanlarda Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Finansal Sorunlar : Milas (Muğla) - Bydgoszcz (Polonya) Karşılaştırması

Y. Dil: Financial Problems Of Women Entrepreneurs in Rural Areas : Milas (Muğla) - Bydgoszcz (Poland) Comparison

TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans

Doktora

Sanatta Yeterlilik

☒

☐

☐

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ

Üniversite : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Fakülte :

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Diğer Kuruluşlar :

Tarih :

TEZ YAYINLANMIŞSA

Yayınlayan :

Basım Yeri :

Basım Tarihi :

ISBN :

TEZ YÖNETİCİSİNİN

Soyadı, Adı : KUTUKIZ, Doğan

Unvanı : Doç. Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL : TÜRKÇE	TEZİN SAYFA SAYISI:167
TEZİN KONUSU (KONULARI): Kırsal Alanlarda Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Finansal Sorunlar : Milas (Muğla) – Bydgoszcz (Polonya) Karşılaştırması	
TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELEER : 1. KADIN GİRİŞİMCİLER 2. KIRSAL ALANLAR 3. MİLAS (TÜRKİYE) VE BYDGOSZCZ (POLONYA) 4. FİNANSAL SORUNLAR	
İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELEER: 1.Women Entrepreneurs 2.Rural Areas 3. Milas (Turkey) And Bydgoszcz (Poland) 4. Financial Problems	
1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum O 2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir O 3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir O Yazarın İmzası : Tarih :/...../.....	

ÖZET

KIRSAL ALANLARDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI FİNANSAL SORUNLAR : MİLAS (MUĞLA) – BYDGOSZCZ (POLONYA) KARŞILAŞTIRMASI

Türkiye gibi gelişen ekonomilerde kadın işgücünün hem ülke ekonomisine hem de ev ekonomisine katılımı, sosyal ve ekonomik açıdan değerlendirildiğinde ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkı sağladığı görülmektedir. Kırsal ekonomik kalkınmayı yönetmek için kadın girişimcilerin de ekonomik hayatta varlığını sürdürebilmesi gerekmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde; kadının toplumdaki yerini belirten cinsiyet eşitsizliği, eğitim seviyesinin düşük olması ve bu sebeplerden dolayı girişimcilikte en büyük etkenlerden biri olan cesaretin psikolojik ve finansal olarak desteklenmemesi kadının kırsal kalkınmaya katkı sağlamasını önlemektedir. Türkiye nüfusunun dörtte biri kırsal alanda yaşayıp tarımda istihdam etmektedir ve kırsal alanda kadınların girişimci faaliyetleri oldukça büyük öneme sahiptir. Bu çalışma, Muğla ilinin kırsal turizm bölgesi Milas ilçesinde ve Polonya'nın kırsal alan niteliğinde olan Bydgoszcz ilinde sürdürülen kadın girişimcilik faaliyetlerinin karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır. Her iki ülkedeki kadın girişimcilerin karşılaştıkları finansal sorunlar arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada nicel araştırma yönteminden yararlanılarak veri toplama aracı olarak anket uygulaması kullanılmıştır. Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin iş ortamına yönelik durumları incelediğinde; her iki ülkede de herhangi bir ortaklık olmadan 3 ile 5 yıl arası süredir faaliyette olan işletmelerde çalışan sayısı 1-10 kişi arasında ve iş kurma fikir kaynağının en çok eğitim durumu deneyim olduğu, her iki ülkedeki kadın girişimcilerin çoğunluğu eş-akrabalardan finansal kaynak sağlarken, Türkiye'deki kadın girişimcilerin çoğunluğunun işletmesi büyürken yeni ortak girişimci ve banka kredisine başvurdıkları ve Polonya'da en fazla yine akrabalarından finansal kaynak desteğine başvurdıkları tespit edilmiştir. Ayrıca kadın girişimcilerin iş kolu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu ve gelir durumu ile finansal kaynak arasında orta seviyede bir ilişki olduğu tespit edilirken, iş kolu ile finansal kurumların kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu yüksek seviyede bir ilişki ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimciler, Kırsal Alanlar, Milas (Türkiye) And Bydgoszcz (Polonya), Finansal Sorunlar

ABSTRACT

FINANCIAL PROBLEMS OF WOMEN ENTREPRENEURS IN RURAL AREAS: MİLAS (MUĞLA) -BYDGOSZCZ (POLAND) COMPARISON

Female labor force both in the national economy developing economies such as Turkey, home economics, social and economic assessment is seen as contributing to economic growth and development. In order to manage rural economic development, women entrepreneurs must be able to survive in economic life. In developing countries; gender inequality, the low level of education, and the lack of psychological and financial support of courage, which is one of the most important factors in entrepreneurship, prevent women from contributing to rural development. One quarter of Turkey's population is employed in agriculture and living in rural areas and rural women in entrepreneurial activities is very great importance. This study was carried out to compare the female entrepreneurship activities carried out in the rural district of Milas in the province of Mugla and in Bydgoszcz, a rural area of Poland. In this study, which was conducted in order to reveal the similarities and differences between the financial problems of the female entrepreneurs in both countries, the questionnaire was used as a data collection tool.

When the women entrepreneurs in the scope of the study examined the situation of the business environment; In both countries, it was concluded that the number of employees in the enterprises which have been operating for 3 to 5 years without any partnership is between 1-10 people and the idea of establishment of business is the most educational situation - experience. Both the majority of women entrepreneurs in the country's financial resources while the co-relative, the majority of respondents in Turkey grew when applying new venturers and bank credit to the maximum again financial resources to support from relatives in Poland were found to apply.

While the women entrepreneurs are expected to benefit from training and seminars, there is a medium-level relationship between income and financial resources.

Keywords: Women Entrepreneurs, Rural Areas, Milas (Türkiye) and Bydgoszcz (Polonya), Financial Problems

ÖNSÖZ

“Kadının toplumsal örgütlenme içindeki konumuna ne kadar katlanılabildiğine bakarak insanlığın medeniyet derecesini değerlendirebiliriz.”

Jean-François Champollion

Birbirinden ayrı alanlarda bilime önemli derecede katkılar sağlamış bu iki bilim insanının farklı dönemlerde ve coğrafyalarda yaşamış olsalar dahi kadınlara bakış açısında büyük oranda farklılık bulunmaktadır. Aristoteles’in “tamamlanmamış erkek” olarak gördüğü kadın, Champollion tarafından toplumun medeniyet derecesini belirleyen önemli bir etken olarak görülmektedir. Tüm zamanlarda kadına yönelik bu düşünce anlayışı günümüzde de halen toplumların büyük çoğunluğunda devam etmektedir. Ancak;

“Şuna inanmak lazımdır ki, dünya üzerinde gördüğümüz her şey kadının eseridir.”

Mustafa Kemal Atatürk

Yüksek lisans hayatım boyunca daima yol gösterip çalışmanın her sürecinde yanımda olup hiçbir zaman desteğini esirgemeyen değerli tez danışmanım Doç. Dr. Doğan KUTUKIZ ’a çok teşekkür ederim.

Çalışmamın ortaya çıkmasında büyük destek veren Milas Ticaret Ve Sanayi Odası (MİTSO) ve Milas Esnaf Ve Sanatkarlar Odası çalışanlarına yardımları için çok teşekkür ederim.

Deneyim ve tecrübeleri ile her daim fikirlerinden feyiz aldığım kuzenim Özgür Şafak AKSU FİDAN’a çok teşekkür ederim.

Özellikle tez yazım aşamasında sabır ve hoşgörüsünü esirmeyen canım ailem sevgili babam Ethem ÖZDEN, sevgili annem Neziha ÖZDEN ve biricik kardeşim Sinem ÖZDEN ’e emek ve yardımları için teşekkür ediyorum.

Bu tez çalışması Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri kapsamında desteklenmiştir.

Ceren ÖZDEN

24.05.2019

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
İÇİNDEKİLER.....	II
TABLolar LİSTESİ	IV
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VIII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	IX
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Girişimcilik Ve Girişimcinin Tanımı	3
1.2. Girişimciliğin Önemi Ve Tarihsel Gelişimi	7
1.2.1. Girişimciliğin Önemi.....	7
1.2.2. Girişimciliğin Dünyada Tarihsel Gelişimi.....	9
1.2.3. Girişimciliğin Türkiye’de Tarihsel Gelişimi.....	11
1.3. Girişimci Kişiliğın Oluşmasındaki Etkenler	16
1.3.1. Demografik Etkenler	16
1.3.2. Kişisel Özellikler.....	20
1.3.3. Sosyal Ortam	21
1.3.4. Kültürel Etkenler.....	23
1.4. Girişimciliğın Sınıflandırılması	24
1.5. Kadın girişimciliğı.....	26
1.5.1. Kadın Girişimciliğın Tanımı.....	28
1.5.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri.....	30
1.5.3. Kadın Girişimci Tipleri.....	32
1.5.4. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar.....	36
1.5.5. Kadın Girişimciliğını Etkileyen Faktörler.....	42
1.5.6. Kadın Girişimciliğı Kuruluşları.....	44
1.5.7.Kadın Girişimcilerin Sektörler Bazında Gelişimi ve Faaliyetleri.....	54
1.6. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar.....	57
1.6.1. Finansal Kaynaklar.....	61
1.6.2. Finansal Kaynak Türleri.....	64
1.6.3. Finansal Sorunlar.....	67

İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL YATIRIMLAR VE KIRSAL TURİZM

2.1.Kırsal Alanlarda Kadın Girişimciler.....	70
2.1.1. Kırsal Alanların Kullanımı Ve Kalkınmaya Etkisi.....	72
2.1.2. Kırsal Alanların Gelişimi Ve Sorunları.....	74
2.1.2.1. Soyso - Ekonomik Sorunlar	74
2.1.2.2. Hizmet (Donatım) Sorunları.....	75
2.1.2.3. Göçler	75
2.1.2.4. Tarımsal Yapı.....	75
2.1.2.5. Coğrafi Özelliklerden Kaynaklanan Sorunlar.....	75
2.1.2.6. Kurumsal Sorunlar	76
2.1.3. Kırsal Turizm.....	79
2.1.4. Kadın Girişimcilerin Yatırımları Ve Özellikleri.....	82
2.1.5. Kadın Girişimci Yatırımlarının Yerel Kalkınmaya Etkisi.....	85

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	90
3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	90
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	91
3.4. Verilerin Analizi.....	92
3.5. Hipotezler	93
3.6. Verilerin Analizi Ve Bulgular.....	95
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	129
KAYNAKÇA.....	132

TABLÖLAR LİSTESİ

<u>Tablo.1.</u> Özet Girişimci Tanımları.....	4
<u>Tablo.2.</u> Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar.....	12
<u>Tablo.3.</u> Girişimcinin Özellikleri.....	30
<u>Tablo.4.</u> Kadın Girişimci Tipleri.....	33
<u>Tablo.5.</u> Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Belirgin Farklılıklar.....	37
<u>Tablo.6.</u> Kadın ve Erkek Girişimcilerin Demografik Özellikleri.....	38
<u>Tablo.7.</u> Beynin Sol ve Sağ Bölümleri.....	40
<u>Tablo.8.</u> 1988-2009 yılları arasında Türkiye'deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı.....	40
<u>Tablo.9.</u> 2010-2016 yılları arasında Türkiye'deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı.....	42
<u>Tablo.10.</u> İŞKUR 2004-2006 yılları Kadına Yönelik Uyguladığı Projeler.....	50
<u>Tablo.11.</u> Cinsiyetlerin Faaliyet Gösterdikleri Alanlara Göre Oranları.....	57
<u>Tablo.12.</u> Kadın Girişimcileri Engelleyen Nedenler ve Çözüm Yolları.....	60
<u>Tablo.13.</u> Girişimcilik Finansmanı.....	65
<u>Tablo.14.</u> Cinsiyetlerin İşteki Durumu (1000).....	87
<u>Tablo.15.</u> İstihdam Edilenlerin Cinsiyet Ve Kayıtlılık Dağılımı.....	87
<u>Tablo.16.</u> İşgücü ve İşsizlik İstatistikleri Kasım 2017 (1.000 kişi).....	88
<u>Tablo.17.</u> Kadın Girişimcilerin Yaşlarına Göre Dağılımları.....	95
<u>Tablo.18.</u> Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	95
<u>Tablo.19.</u> Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları.....	96
<u>Tablo.20.</u> Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayısına Göre Dağılımları.....	96
<u>Tablo.21.</u> Kadın Girişimcilerin Eş Mesleği Değişkenine Göre Dağılımları.....	97

<u>Tablo.22.</u> Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi Değişkenine Göre Dağılımları.....	97
<u>Tablo.23.</u> Kadın Girişimcilerin Aylık Gelir Değişkenine Göre Dağılımları.....	98
<u>Tablo.24.</u> Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Aylık Gelir Değişkenine Göre Dağılımları.....	98
<u>Tablo.25.</u> Kadın Girişimcilerin Gelirin Yeterli Olması Değişkenine Göre Dağılımları.....	99
<u>Tablo.26.</u> Kadın Girişimcilerin Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Dağılımları.....	99
<u>Tablo.27.</u> Kadın Girişimcilerin Çalışan Sayısı Değişkenine Göre Dağılımları.....	100
<u>Tablo.28.</u> Kadın Girişimcilerin Ortaklık Yapısı Değişkenine Göre Dağılımları.....	100
<u>Tablo.29.</u> Kadın Girişimcilerin İş Kurma Fikir Kaynağı Değişkenine Göre Dağılımları.....	101
<u>Tablo.30.</u> Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynak Değişkenine Göre Dağılımları.....	101
<u>Tablo.31.</u> Kadın Girişimcilerin Büyürken Finansal Kaynak Değişkenine Göre Dağılımları.....	102
<u>Tablo.32.</u> Kadın Girişimcilerin Karlılığı Etkileyen Faktörler Değişkenine Göre Dağılımları.....	102
<u>Tablo.33.</u> Kadın Girişimcilerin Kuruluş Amacı Değişkenine Göre Dağılımları.....	103
<u>Tablo.34.</u> Kadın Girişimcilerin İş Kolu Değişkenine Göre Dağılımları.....	103
<u>Tablo.35.</u> Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Gereken 1. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları.....	103
<u>Tablo.36.</u> Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Gereken 2. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları.....	105
<u>Tablo.37.</u> Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Gereken 3. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları.....	105
<u>Tablo.38.</u> Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Gereken 4. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları.....	106
<u>Tablo.39.</u> Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Gereken 5. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları.....	106

<u>Tablo.40.</u> Kadın Girişimcilerin Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Değişkenine Göre Dağılımları.....	107
<u>Tablo.41.</u> Kadın Girişimcilerin Kuruluş Aşamasında Karşılaştıkları Engeller Değişkenine Göre Dağılımları.....	108
<u>Tablo.42.</u> Kadın Girişimcilerin Kuruluktan Sonra Karşılaşılan Engeller Değişkenine Göre Dağılımları.....	108
<u>Tablo.43.</u> Kadın Girişimcilerin Katıldıkları Eğitim Ve Seminerleri Faydalı Görme Durumlarına Ait Dağılımları.....	109
<u>Tablo.44.</u> Kadın Girişimcilerin Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Faydalıdır Değişkenine Göre Dağılımları.....	109
<u>Tablo.45.</u> Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Arasındaki İlişki.....	110
<u>Tablo.46.</u> Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki İlişki.....	111
<u>Tablo.47.</u> Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Kuruluktan Sonra Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki İlişki.....	112
<u>Tablo.48.</u> Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Eğitim Ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki.....	113
<u>Tablo.49.</u> Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki.....	114
<u>Tablo.50.</u> Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki.....	115
<u>Tablo.51.</u> Kadın Girişimcilerin Gelir Durumu İle İş Tecrübesi Arasındaki İlişki.....	116
<u>Tablo.52.</u> Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle İş Kolu Arasındaki İlişki.....	116
<u>Tablo.53.</u> Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle Finansal Kaynak Arasındaki İlişki	117
<u>Tablo.54.</u> Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle Karlılığı Etkileyen Unsurlar Arasındaki İlişki	118

<u>Tablo.55.</u> Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Arasındaki İlişki	119
<u>Tablo.56.</u> Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki.....	120
<u>Tablo.57.</u> Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Kuruludan Sonra Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki İlişki	121
<u>Tablo.58.</u> Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Eğitim Ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki	122
<u>Tablo.59.</u> Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması Arasındaki İlişki.....	123
<u>Tablo.60.</u> Kadın Girişimcilerin İş Kolu İle Eğitim Ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki.....	124
<u>Tablo.61.</u> Kadın Girişimcilerin İş Kolu İle Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki	125
<u>Tablo.62.</u> Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu İle Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki	126
<u>Tablo.63.</u> Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu İle Ortaklık Yapısı Arasındaki İlişki	127
<u>Tablo.64.</u> Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu İle Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Arasındaki İlişki	127

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Şekil.1.</u> Girişim Evreleri ve Finansman İhtiyaçları.....	63
<u>Şekil.2.</u> Kırsal Turizm Bileşenleri.....	81

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

Kısaltmalar	Açıklama
AB-EU	Avrupa Birliği
BMKP-UNDP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
BMSKÖ-UNIDO	Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü
ÇKGV	Çağdaş Kadın ve Gençlik Vakfı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DOKEP	Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Projesi
DB-WB	Dünya Bankası
ENFEA	Female Entrepreneurship Ambassadors
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
GAP-ÇATOM	Güneydoğu Anadolu Projesi-Çok Amaçlı Toplum Merkezleri
GAP-GİDEM	Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme Merkezleri
HAK-YAD	Hanımlar Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı
İŞKUR Türkiye	İş Kurumu
KSGM	Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü
KOSGEB	Küçük ve Orta Sanayi Geliştirme İdaresi
KAGİDER	Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	Kadın Emekini Destekleme Vakfı
KADAV	Kadın Dayanışma Vakfı
KAMER	Kadın Merkezi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
SRAP	Sosyal Riski Azaltma Projesi
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

TİSVA	Türkiye İsrâfı Önleme Vakfı
TGMP	Türkiye Grameen Mikrokredi Programı
TKV	Türkiye Kalkınma Vakfı
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
TÜGİAD	Türkiye Genç İşadamları Derneği
TÜSİAD	Türkiye Sanayici İşadamları Derneği
UÇÖ-ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
UNDP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

GİRİŞ

Girişimciler, ülke ekonomisinde ve kalkınma sürecinde önemli bir faktördür ve sosyo-kültürel, politik ve ekonomik alanlarda sadece üretim faktörlerini kullanarak kar amacı güden kişiler değildir. Küreselleşme, işletmelerin ve girişimcilerin daha yoğun bir rekabet ortamında çalışmalarını gerektirmektedir. Çünkü günümüzde uluslararası rekabete karşı devlet bünyesinde olan işletmecilik anlayışı yerine müşteri odaklı, sürekli kendini yenileyen, esnek ve hızlı üretim ve yönetim anlayışı ile yer değiştirmeye başlamıştır (Soysal, 2010:84). Girişimciler, yeni bir düşünceyi faaliyete geçirdiği takdirde ülkenin hem ekonomisine hem de toplumuna fayda sağladığından dolayı ülkedeki ekonomik gelişmeler de hız kazanmaktadır.

Literatürdeki girişimcilik tanımlarına bakıldığında, yalnızca erkeklere özgü bir alan olarak değerlendirilen girişimciliğin artık günümüzde kadınların da dahil edildiği bir alan olduğu görülmektedir. Kadın ve erkek girişimciler her ne kadar benzer özelliklere sahip olsa da ortak sorunlarla da karşı karşıya kalmaktadırlar. Ancak kadının toplumdaki yeri değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin gerek aile hayatı gerekse de çalışma hayatı bakımından daha çok sorumluluk aldığı ve farklı sorunlarla da karşılaştıkları ortaya çıkmaktadır.

Aslında kadın girişimciler, geçmişte ve günümüzde farklı coğrafyalarda, kültürlerin birbirinden ayrı özelliklere sahip olması sebebiyle farklı alanlarda olmak üzere çalışma hayatında hep var olmuştur (Terzi ve Kurt, 2015:126). Ancak 1980 sonrası kadınların yoğun bir şekilde çalışma hayatına katıldıkları görülmektedir. Artık kadınlar sadece belirli mesleklerde değil, aldıkları eğitim, bilgi birikimleri ve yeteneklerine göre her türlü meslekte faaliyet gösterebilmektedir. Türkiye’de girişimcilik alanındaki finansman, eğitim, sosyo-kültürel, ailevi yükümlülük, rol ilişkileri, toplumsal statüden kaynaklanan farklı risklere katlanma gibi sorunlara rağmen, kadınlar kendi girişimlerini gerçekleştirebilmekte ve böylece işletme sahibi kadınların sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir. Kadınların girişimcilik faaliyetlerine katılımı, istihdam sağlanarak kalkınmanın gerçekleşmesinde aktif bir rol oynamaktadır (Erdun,2011:1).

Üç ana bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde, girişimciliğin kavramsal çerçevesi adı altında, girişimcilik kavramı, girişimciliği etkileyen faktörler, girişimci kişiliğin oluşmasındaki etkenler, girişimciliğin önemi ve Dünya’da ve Türkiye’de olmak üzere tarihsel gelişimi ve girişimciliğin sınıflandırılması konuları ele alınmıştır. Bu bölümde ele alınan diğer konular ise kadın girişimciliği ve kadın girişimciliğin finansal kaynakları ve sorunlarıdır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, kırsal yatırımlar başlığı altında kırsal alanlarda kadın girişimciler ele alınarak, kırsal alanların kullanımı ve kalkınmaya etkisi, kırsal alanların gelişimi ve sorunları, kadın girişimcilerin yatırımları ve özellikleri ile kadın girişimci yatırımlarının yerel kalkınmaya etkisi üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümünde de, Türkiye ve Polonya’daki çalışma alanındaki kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları ve beklentileri ortaya koymak amacı ile yapılan anket verilerinin değerlendirilmesi ve yapılan istatistiki analiz sonuçlarının yorumlanması bulunmaktadır. Çalışma, sonuç ve önerilerin de ifade edilmesiyle son bulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Girişimcilik, ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayarak toplumları iyileştirmesinin yanı sıra, bireylerin sahip olduğu potansiyellerin ortaya çıkışıyla hem sosyolojik hem de psikolojik olarak kendini daha iyi ifade edebilmesine yardımcı olmaktadır. Günümüz dünyasında hızla artış gösteren girişimci sayısı ve girişimcilik faaliyetleri dolayısıyla bu kavramların kabul görmüş tek bir tanımı bulunmamaktadır. Çalışmanın bu bölümünde girişimci ve girişimcilik kavramı ile ilgili ortaya çıkışından itibaren literatürde yer almış tanımlara değinilmiştir.

1.1. Girişimcilik ve Girişimcinin tanımı

Fransızca kökenli “entreprenre” ve Almanca kökenli “unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve Türkçede “üstlenmek” anlamını içeren bir fiil olan girişimcilik kavramının (Arıkan, 2002:27) geçmişi insanlığın ilk avlanma ve tarımsal hayata geçişine kadar dayansa da, alanında ilk olarak 1759 yılında İrlanda asıllı Fransız iktisatçı Richard Cantillon tarafından yazılı bir kaynakta kullanılmıştır (Casson vd, 2006: 3). Cantillon girişimciyi bir malı belirli bir fiyattan satın alıp belirsiz bir fiyata satan bu bağlamda da risk alan kişi olarak tanımlamıştır (Koh ve Hatten, 2002 : 23).

1778 yılında ünlü ekonomist Adam Smith’in “Ulusların Zenginliği” isminde yayınladığı eserinde girişimci; talebi arza dönüştüren, aracı olarak davranan, maceracı kimse olarak nitelendirilmiştir. 19.yüzyıl başlarında ve günümüz girişimci kavramına en yakın tanımı kullanan Jean Baptiste Say, girişimcinin yönetebilen ve risk üstlenebilen nitelikte olması gerektiğini ileri sürmüştür. Say’ın bu yaklaşımından sonra emek, sermaye ve doğal kaynaklara dahil edilen girişimcilik klasik üretim faktörlerinin dördüncüsü olarak kabul edilmektedir (Doğramacı 2006: 9).

Son olarak Joseph Schumpeter tarafından “yeniliği sunan birey” olarak adlandırılan girişimci kavramına (Deakins, 1999 : 11) modern bir tanım yapılmıştır. Schumpeter girişimciyi yöneticilerden ayıran en belirgin özelliğin yenilikçilik olduğunu vurgulamıştır. Schumpeter girişimciyi, yeni ürünler, yeni süreç, yeni ihracat pazarları, yeni hammadde, yeni bir organizasyon yapısı yaratmak için var olan ekonomik düzeni yıkarak değişimi sağlayan kişi olarak tanımlamıştır. “Yıkıcı yaratıcılık” olarak da tanımlanan bu süreçte eskiyi terk edip sürekli yenilik peşinde

koşarak yaşayan dinamik girişimciler, ekonomik büyümenin en önemli aktörü olarak görülmektedir (Müftüoğlu, 2004:6).

Literatürdeki girişimci tanımlarına bakıldığında, kavram gelişen teknoloji ve ekonomik ilerlemeler sayesinde büyük bir önem kazanmış ve ekonomi, psikoloji ve işletme yönetimi gibi farklı alanların yazarları tarafından tanımlanmıştır. Bu bağlamda girişimciliği tek bir tanımla açıklamak mümkün değildir. Ortaya çıktığı orta çağ döneminden itibaren günümüze kadar çok farklı tanımlar yapıldığı görülmektedir. Bir ekonomist için girişimci; kaynakları, işgücünü, makine ve teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getirebilen ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayabilen bir bireyi ifade ederken; bir psikolog için girişimci; bir şey elde etmek veya bir şeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin sahip olduğu otoriteyi alma ihtiyacında olan ve bu tür güdülerini barındıran insanlar anlamına gelmektedir. Bir işadamı için ise girişimci; bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi bir müşteri, bir müttefik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışan bir kişi olarak da ifade edilmektedir (Hisrich ve Peters, 1998:9).

Geçmişten günümüze önemli yazarların girişimci tanımlarına aşağıdaki Tablo.1’de özet olarak yer verilmiştir:

Tablo.1. Özet Girişimci Tanımları

Yazarlar	Girişimci Tanımındaki Vurgular
Schumpeter	Yenilik Yapan
Marshall, Say	Yönetici
Menger, Kynnes, Mises	Karar Verici
Cole, Cantillon, Say	İş Organize Eden
Smith	Kapitalist
Kirzner, Kirchoff , Leibenstein	Piyasada Fırsat Yaratan
Knight, Cantillon	Belirsizlikten Fırsat Yaratan
Mil, Knight, Cantillon	Risk Alan

Seyfi Top, Girişimcilik Keşif Süreci, 1. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul, 2006,s.6.

Tablo.1' e bakıldığında farklı yazarlar tarafından girişimci özelliklerine değinildiği gibi bir yazarın girişimcide olması gereken birden farklı özelliğine de vurgu yaptığı görülmektedir. Schumpeter girişimciyi yenilik yapan kişi olarak değerlendirmiştir. Say; kişinin Marshall ile yönetici olma özelliğini vurgularken, Cole ve Cantillon ile işi organize edebilme yeteneğine değinmiştir. Menger, Kynnes, Mises girişimcinin düşünme yetisini ele alarak karar verici olmasını vurgularken, Smith, girişimciyi kapitalist olarak tanımlamaktadır. Kirzner, Kirchoff Leibenstein girişimcinin piyasada fırsat yaratabilen özelliğine önem vermektedir. Cantillon kişinin işi organize etmesinin yanı sıra Knight ile belirsizlikten fırsat yaratan yönünü ortaya koyarak Mil ile girişimcinin risk alabilen kişi özellikleri açısından yaklaşımda bulunmuştur.

Silve ve David, 1983'te girişimciyi, kaynaklar hakkında öngöründe bulunarak işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayıp elde edilen çıktıyı kârlılık yaratacak şekilde tüketicilerin kullanımına sunma yetisini gösteren kişi olarak tanımlamıştır.

Ufuk ve Özgen 2000'de, Tan ve Pazarcık'ın 1984'te yayınlanan eserinden esinlenerek girişimciyi, yenilik içeren veya mevcut bir iş fikri ile fırsatları sezen, kaynakları bir araya getiren ve risk alarak mal veya hizmet üretimini sağlayan kişiler olarak tanımlamıştır.

Hisrich ve Peters 2001'de, girişimcilik kavramına önemli katkılarda bulunarak girişimciyi; "emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer veya imkân yaratacak biçimde bir araya getiren kişi" olarak tanımlamaktadır.

Peter Drucker ise girişimciyi, sahip olduğu kaynakların verimliliğini düşük alanlardan yüksek alanlara yönlendirebilen ve orada tutmayı başarabilen kişi olarak tanımlamaktadır (Drucker, 2003: 89; Aktaran Çelik, 2006: 468).

Akdemir, 2004'te "Bilgiyi temel alarak, genel eğilimlere ve kendisine uygun bir alanı seçerek ve/veya sahip olduğu bilgi birikimini girişimciliğe uygulayan, herhangi bir finansman yöntemi kullanarak dünyadaki tüm bireylerin yararı için mal ve hizmet üretmek amacı ile işletme açıp, ekonomik gereksinimini, zenginliğini ve bağımsızlığını, sosyal prestijini, kendini kabul ettirmeyi ve kendisini aşmayı, açtığı

işletmesinde sürdüren, sürdürme arzusunda ve çabasında olan herkes” olarak tanımlamaktadır.

Bozgeyik, 2005’te girişimciyi, sorumluluk alan, risk üstlenen, başarıma ihtiyacı yüksek, enerji dolu, fırsatları sezebilen, vizyon sahibi, başarıya paradan daha fazla önem veren, değişimi benimseyebilen ve şartlara uyum sağlayabilen kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Keskin, 2006’da “Bir tarayıcı gibi sürekli olarak çevreyi gözleyerek talep açıklarını yakalayan ve yeni talepler oluşturarak talepteki değişiklikleri zamanında fark eden, kaynakları sağlayarak üretim tesislerini kuran, rekabeti seven ve bunu varlığının önemli nedeni olarak gören, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen, atak ve yaratıcı yeteneklere sahip kişiler” olarak tanımlamaktadır (Memiş vd. 2007,138).

Basit bir tanımla girişimci, kar elde etme amacıyla, gerekli riski göze alarak emek, sermaye ve doğal kaynaklar gibi üretim faktörlerini bir araya getiren, mal veya hizmet temini için gereken ortamı yaratan kişi olarak görülmektedir (Kantar, 1999: 31).

Girişimcilik kavram olarak, disiplinler arası bir kavramdır. Her bir disiplin tarafından farklı şekillerde yorumlanmış ve bu sebepten dolayı da girişimcilik kavramı farklı tanımlarla karşımıza çıkmaktadır. Literatür incelendiği zaman genel olarak girişimcilik; ekonomi, psikoloji, antropoloji, organizasyon, yönetim ve sosyoloji disiplinleri tarafından ele alınmıştır (Naktiyok, 2004:1).

Girişimcilik kavramı; yönetebilen, idare edebilen, organize edebilen, süreklilik sağlayabilen, inisiyatif özelliğine sahip olma yönleri ile yönetim biliminin; yatırım yapabilen, arzı ve talebi yönlendirebilen, pazar arayışında bulunabilen yönleri ile ekonominin; kendine güvenen, çekici, atak, yaratıcı, yenilikçi, cesur olma sıfatlarına sahip olabilen özelliği ile psikolojinin ve bir bütün olarak bakıldığında yaşadığı çevredeki faaliyetleriyle toplumu etkileyebilen yönü ile de sosyolojinin ilgi alanına girmektedir (ESİAD, 1996:3).

Yeni sektör faaliyetleri, yeni bilgi, yeni mal ve hizmetlerin üretimi, yeni istihdam sağlama gibi gelişmeler sayesinde bölgenin kalkınmasına ve ülke ekonomisinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Yeni bir iş fikri ile harekete geçen, kaynakları

bir araya getirip risk üstlenerek mal ve hizmet üreten kişilerin iktisadi faaliyetler bütününe girişimcilik denilmektedir. (Gözek ve Akbay, 2012: 46). Dünyanın en kapsamlı girişimcilik projesi sayılan “Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor, GEM)” girişimciliği; “bir kişi, bir takım ya da mevcut bir iş tarafından, tek başına, yeni bir iş kurarak ya da mevcut bir işi genişleterek yeni bir girişim oluşturma teşebbüsü” olarak tanımlamaktadır (Şahbaz vd., 2013: 19). Bir başka ifade ile girişimcilik, yeni ve keşfedilmemiş bir bilginin ortaya çıkarılması, mevcut fırsatların görülmesi veya fırsatların yaratılması durumunu içerir (Hisrich ve Peters, 2002: 47).

Farklılık yaratarak değişim sağlama süreci olan girişimcilik (Wickham,2001:35), bu bağlamda bireysel, örgütsel, bölgesel, toplumsal ve küresel boyutlu bir kavram olarak görülmektedir. Girişimcilik; bireysel olarak, girişimci için cesaretli bir bağımsızlık ve risk üstlenici servet edinme yöntemi iken örgütsel olarak, müşteriler için ek değer yaratma çabası; ulusal ekonomiler için servetin tabana yayılma yöntemi ve küresel boyutta rekabet edebilirliği ile de ulusal bir direnç faktörü olarak görülebilmektedir (Karabulut, 2009:12).

Tekin’e göre bir girişimci öncelikle pazardaki fırsatları ve gelişmeleri belirler ve bunu iş fikrine dönüştürür. Belirsizliğe karşı risk üstlenerek bir araya getirdiği kaynaklarla küçük bir işletme kurar ve başarıyla yönetir. Rekabete karşı önlem alarak kendisini ve işletmesini geliştirerek sürekli değişim içinde yenilikler oluşturur. En dar anlamda girişimcilik, tüm bu faaliyetler bütünü olarak nitelendirilebilir.

1.2. Girişimciliğin Önemi Ve Tarihsel Gelişimi

1.2.1. Girişimciliğin Önemi

Üretim faktörlerinden biri olan girişimci, diğer üretim faktörleri olan emek, doğal kaynak ve sermayenin bir arada veya ayrı şekilde bulunması, üretim yapılması ya da ekonomik bir faaliyetin gerçekleştirilmesi için büyük ölçüde etkilidir. Bu faktörlerin bir araya getirilip üretim sürecine dahil edilmesi ve ayrıca ekonomik bir değer üretmeye yardımcı olacağı düşünüldüğü için girişimciye gereksinim duyulmaktadır. Bu bağlamda, üretim sürecinin başlaması ve devam etmesinde girişimcinin rolü büyüktür (Memiş vd., 2007:138).

Sanayi devriminin gerçekleşmesi ve ülkelerin iktisadi programlarının liberalleşmesi ile girişimciliğin önemi hızlı bir şekilde gelişme göstermiştir. Girişimciler, yenilik doğrultusunda bir işin veya fikrin yaratılması, yayılması ve kullanılmasını hızlandırmaktadır. Böylece dahil oldukları sektörleri geliştirerek hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerde ekonomik büyümenin hızlanmasına katkı sağlamaktadır (Kayalar ve Ömürbek, 2010:187).

Girişimciler, yeni mal veya hizmet üretme, yeni üretim biçimleri geliştirme, yeni organizasyonlar kurma ve yeni pazar kanalları bulmaları sayesinde kaynakları en etkin şekilde kullanarak refah artışına katkı sağlamaktadır. Girişimcilik ve girişimciler yeni mal ve hizmet üreterek katma değer ve istihdam yaratma, yeni üretim biçimleri geliştirerek sektörler arası ilişkileri güçlendirme, sosyal fayda sağlama ve yoksullukla mücadele etme, gelirlerin dağılımında dengeyi sağlama gibi özelliklerinden dolayı bölgesel kalkınma ve ekonomik gelişmede önemli bir araç olarak da kullanılmaktadır (Sönmez ve Toksoy, 2014 : 42).

Emek-yoğun üretime dayalı sanayi toplumundan, teknoloji ve bilime dayalı bilgi toplumuna geçişle birlikte zamanla dünyadaki üretim anlayışının değiştiği görülmektedir. Bu bağlamda girişimcilik; yeniliklerin, yaratıcılığın ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olmaktadır. Bir diğer taraftan, günümüzde üretim, ulaşım ve yönetim gibi alanlarda önemli gelişmelerin yaşanması ve küresel ekonomide rekabet edilebilirliğin artışı da girişimciliğin önemini arttıran diğer faktörler olarak ortaya çıkmaktadır (Soysal, 2010 : 86).

Bir bölgede yeni firmaların kurulması ve var olan firmaların büyütülmesi için yapılan yatırımlar sayesinde yeni işler ortaya çıkmaktadır ve elde edilen gelir farklı sektörleri de etkilemektedir. Yeni firmaların ortaya çıkması, hizmet arzındaki artış ile birlikte bölgeye olan talebi de arttırmakta ve böylelikle yeni firmaların ilgi odağı olmaktadır. Bölgede yeni firma sayısının artması ile girişim faaliyetlerinde bulunan bu insanlar çevre insanlarının da motivasyonu etkilemektedir. (Çokgezen, 2012:18). Böylelikle bölge halkının üretim anlayışı değişmekte ve girişimcilik anlayışı yaygınlaşmaktadır. Bu bağlamda, yeni bir iş kurmanın, piyasaya yeni bir mal veya hizmet sunmanın, yeni istihdam alanları yaratmanın en etkili yolu olduğu bilinen girişimciliğin bölge ve ülke ekonomisi açısından önemi ortaya çıkmaktadır.

Genel anlamda değerlendirilecek olursa girişimciliğin önemi ekonomik ve sosyal olmak üzere iki önemli alanda karşımıza çıkmaktadır. Yeni iş alanları sayesinde istihdam yaratılarak işsizliğin önlenmesi, ekonomik büyümenin hız kazanması sonucunda refah seviyesinin artarak daha geniş bir topluma yaygınlaştırılması böylelikle bölgeler arasındaki gelişmişlik farklılıkların ortadan kaldırılması veya azaltılmasıyla ekonomik alanda, toplumsal yapıda değişim ve yenilik sürecinin başlatılması, girişimcinin risk alan, yenilikçi ve lider niteliğinden ötürü teknoloji alanındaki buluşların toplumun yararına yeni bir ürün ve hizmet sunması ile değişen ve gelişen topluma sağladığı katkısıyla sosyal alanda girişimcilik önemli bir rol oynamaktadır.

1.2.2. Girişimciliğin Dünyada Tarihsel Gelişimi

Tarihsel süreç içerisinde insanoğlu, yaşamını sürdürebilmek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına her türlü koşulda çeşitli faaliyetlerde bulunmuştur. Günümüzdeki girişimcilik tanımların çoğunda bulunan risk alan, yenilikçi, fırsatları değerlendiren ve değişime açık olma gibi çoğu özelliğe sahip ilk çağdaki insanlar (Durukan, 2007:25), orta çağ döneminde riske girmeyen, çoğunlukla ülke yöneticisi veya sermaye sahipleri tarafınca sağlanan kaynak kullanımında bulunan girişimcilere dönüşmüştür (Atasoy, 2009:5-6;).

Tüccarların bulunduğu ilk dönemlerde kervan ve deniz yollarının gelişmesi ile deniz aşırı ülkelere ticari seferler düzenlenmesi girişimciliğin başlamasına önemli katkıda bulunmuştur (Dolgun, 2003:9). Bilinen en eski girişimci olan Venedikli Marco Polo 1300'lü yıllarda Uzak Doğu'ya seferler düzenleyerek insanların mallarını satmak üzere anlaşmalar yapmıştır. Gezgin tacir olarak gittiği ülkelerdeki sermaye sahipleriyle anlaşma yapan Marco Polo; satılacak mallar üzerinden sigorta bedeli dahil %25'e yakın bir faiz oranı ile fiziksel ve ekonomik tüm riskleri üstlenerek aktif risk almış, sermayedar ise pasif risk üstlenici nitelikte olmuştur. Başarılı bir şekilde malları satan tüccar, geziyi sonlandırdığında anlaşma doğrultusunda %25ini alarak karı sermayedar ile arasında paylaşmıştır (Hisrich ve Peters, 1998:7).

On altıncı yüzyılda merkantilizm ile birlikte ülkeler girişim ürünlerini ihraç etmeye başlamıştır. Ülkeye altın ve gümüş girdisi sağlamaya çalışan bu faaliyetler doğrultusunda büyük sanayi kuruluşları ortaya çıkmıştır. Uluslar arası ticaretin

gerçekleştirilmesi ile rekabet oranı artmış ve böylelikle başta Avrupa’da olmak üzere özel sektör girişimciliği ön planda tutulmuştur. Bu bağlamda girişimcilikte risk unsuru ilk olarak on yedinci yüzyılda ortaya çıkmıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 61).

On yedinci yüzyılda girişimci, mal ya da hizmet üretmek üzere hükümetle sözleşme yapan kişiydi. Sözleşmede; girişimci mal sahibinden sabit bir fiyattan mal satın alıp, bu malı piyasa koşullarına göre satar böylelikle risk üstlenirdi (İlter, 2008:25-26). Sözleşmedeki fiyatın sabit olması sebebiyle elde edilen kâr ya da zarar girişimciye aitti. Büyük bir banka kurma izni alan John Low, dönemin en önemli girişimcilerinden birisiydi (Arıkan, 2004:4).

On sekizinci yüzyılda Fransız Merkantalist Cantillon, girişimciliğin belirsizlik altında karar alma özelliğine odaklanmıştır (Hebert ve Link, 1989:42). Bu yüzyılda girişimci, harcamaların belirli olduğu piyasada belirsiz gelirler elde ederek riski üstlenen kişi olarak tanımlanmıştır. Aynı zamanda girişimci, sermayesini kendinden başka kişilerden tedarik etmektedir. Dünya genelinde sanayinin gelişmesi ve ortaya çıkan buluşlar girişimcilik kavramındaki bu farklılaşmaya sebep olmuştur. Eli Whitney ve Thomas Edison’un buluşlarını finanse edemeyecek durumda olmaları, buluşlarını pazarlamak için kapital bulmak zorunda kalmaları onları birer sermaye kullanıcısı bir diğer tanımıyla dönemin girişimcisi haline getirmiştir (Hisrich ve Peters, 2002:8).

On dokuzuncu yüzyılda sanayileşme ve makineleşmenin gelişmesiyle girişimciliğin önemi artmaya başlamıştır. Dönemin öne çıkan ekonomistlerinden Jean Baptiste Say girişimcilik adına önemli çalışmalar ileri sürmüştür (Peneder, 2009:80). Say, kapital sahibi ile yönetim, işletmecilik, denetim ve karar alma işlevlerini birbirinden ayırarak girişimcinin hem risk alan hem de yöneten kişi olma özelliğini vurgulamıştır. Böylelikle girişimci, “üretimin iyi ya da kötü şanslarını peşinen kabul ederek” kar elde etmektedir (İraz,2005:154).Say’ın girişimciye yönetici olma vasfını da yükleyerek girişimci ile kapital sahibinin birbirinden farklı olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda Say, ilk kez girişimcinin yönetsel rolünün vurgulanması ile tarihe geçmiştir (Arıkan, 2004:5).

Yirminci yüzyılda Avusturyalı ekonomist Joseph Schumpeter “The Theory Of Economic Development” adlı eserinde ekonomik teorinin temellerini atarak girişimciliğe yeni bir yön vermiştir (Naktiyok, 2004:6; Aktaran: İraz, 2005:154). Schumpeter’ in teorisi girişimcilikte yenilik kavramını vurgulamaktadır ve ekonomik sistemin ana kuvveti olarak yeniliği kabul etmektedir (Arıkan, 2004:7). Schumpeter’in önderlik ettiği bu girişimcilik teorisi yeni ekonomik modelin önemli bir dilimi olarak düşünülmüştür. Ancak modelin uygulanması gerçekleşmemiştir (Odabaşı, 2005:132).

Schumpeter’ dan sonra yirminci yüzyılda girişimcilik kavramı üzerine çalışma yapan diğer önemli isimlere bakıldığında; Kirzner girişimciyi, daha önceki girişimcilik hatalarının bir araya gelmesi ile sürekli değişen zevkler, tercihler, kaynaklar ve teknolojik gelişmelerin yanı sıra piyasadaki girişimcilik kârı için fırsatlar sunan birey olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda girişimcilik kavramının iki anlamı ortaya çıkmaktadır. Yeni fırsatlar yakalamak ve fırsatları keşfederek arbitraj elde etmektir (Winata, 2008: 27). Robert Hisrich’e göre girişim ve girişimci; finansal, sosyolojik ve psikolojik riskler doğrultusunda hem para açısından hem de bireyin kendisi açısından tatmin olma, gerekli zaman ve çabayı harcayarak yeni bir şey ortaya çıkarma sürecidir. Son olarak Peter Drucker ise girişimciyi, yeniliğin yanı sıra fırsatları maksimize eden kişi olarak tanımlamıştır. Drucker “Her ekonomist bilir ki, girişimci ekonomi için önemlidir ve belirleyicidir” sözleriyle girişimcinin ekonomideki önemini vurgulamıştır (Batstone ve Pheby, 1996:35).

1.2.3. Girişimciliğin Türkiye’de Tarihsel Gelişimi

Girişimciliğin Türkiye’deki tarihsel gelişim sürecine bakıldığında, Cumhuriyet’in ilanından öncesi yani Osmanlı İmparatorluğu dönemi ve Cumhuriyet’in ilanından sonrasını da Cumhuriyet dönemi olarak iki bölümde sınıflandırmak mümkündür.

Türkiye geçmişinde bilinen en eski girişimcilik faaliyetleri Türk’lerin göçebe olarak yaşadığı Orta Asya’dan Anadolu’ya gelerek yerleşik topluma geçtikleri süreçte görülmektedir. Burada esnaf ve zanaatkarların aktif yer aldığı Ahilik teşkilatının faaliyetlerinin bayağı etkin ve başarılı olduğu görülmektedir (Odabaşı, 2005:163-164). Rum, Yahudi ve Ermenilerin de yaşadığı Osmanlı döneminde; Türkler, askerlik, ulemalık, bürokratik, hayvancılık ve tarım alanlarında görevlendirilerek

ticaretten uzak tutulmuştur. Böylelikle Türkiye Cumhuriyeti kurulana dek Türk toplumunda ticari altyapı eksik kalmıştır.(Müftüoğlu ve Durukan, 2004:9-10).

Türkiye Cumhuriyeti kuruluşundan sonra ekonomik gelişme devlet tarafından gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Ulusal anlamda kendi girişimcisini yetiştirme olgusu devlet politikası olarak benimsenmiştir. Henüz Cumhuriyet ilan edilmemişken, 1923 yılında gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'nde tarım, ticaret ve endüstri alanında ülkenin ekonomik gelişmesi için bazı kararlar alınmıştır. Kongre bu anlamda girişimciliğin önemini vurgulayan ilk organizasyon olma özelliğini taşımaktadır (Karakaş, 2013).

Türkiye'de iktisadi gelişmenin ve kalkınmanın girişimcilik ile sağlanabileceğini belirten bu kongrede aşağıdaki kararlar alınmıştır (Danışık, 2001:27-28);

- Anonim şirketlerin kurulmalarının kolay hale getirilmesi,
- Milli bankaların kurulması,
- Demiryolları yapımının devlet tarafından bir programa bağlanması,
- Sanayiye teşvikin sağlanması,
- Yerli malı giyilmesi,
- Amele denilen iş erbabına artık işçi denilmesi ve sendikalı olma hakkı verilmesi.

Bu kararlar doğrultusunda ülkede girişimciliğin yaygınlaşıp ticaretin daha da sağlamlaşması ve gelişmesi için devletin ekonomik yapılanma sürecine gittiği ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de girişimciliğin gelişimi ve etkileyen bu ekonomik yapılanma süreci aşağıda verilen Tablo.2' de 5 farklı bölümde incelenmiştir.

Tablo.2. Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar

1923-1930	Ulusal ekonominin kurulması
1930-1950	Devletçilik dönemi
1950-1970	Liberal ekonomi ve planlı dönem
1970-1980	İthal ikamesi dönemi
1980 ve sonrası	Dışa açık büyüme

Kaynak: TÜGİAD, 21-22: 1993

1923-1930 Ulusal ekonominin kurulması döneminde; bir yandan yabancıların farklı alanlardaki hakimiyetlerini sonlandırma çabası var iken diğer yandan da girişimciliği teşvik etmek amacı ile birkaç tedbir alınmıştır. 1927 yılında çıkarılan “Teşviki Sanayi Kanunu” sanayileşme alanında oldukça önem taşımaktadır. Kanun çıkarıldıktan sonra özel teşebbüs tarafından fabrikalar, milli bankalar kurulduğu görülmektedir. Dönemin en önemli sanayileşme örneği, şeker fabrikalarıdır. Ancak, yine de bazı yetersizlikler ve savaşın etkilerinin halen devam etmesinden dolayı girişimcilik adına önemli bir gelişme yaşanmadığı ortaya çıkmaktadır (TÜGİAD, 21:1993) . Tüm dünyayı etkisi altına alan 1929 Ekonomik krizi, başta ABD ve Avrupa ülkeleri olmak üzere genç Türkiye Cumhuriyeti’nde de, ekonomik istikrar ve gelişmede devlet müdahaleciliğini ön plana çıkarmıştır. Sümerbank, Etibank, Merinos gibi birçok kuruluşun doğması ve gelişmesi bu anlamda örneklendirilebilir (Küçük, 2005:34).

1930-1950 Devletçilik döneminde; özel sektörün yeterli olamadığı alanlarda, devletin yatırım yapmasını hedefleyen devletçilik politikası uygulanmıştır. 1930 buhranının etkili olduğu bu dönemde özel girişim ve sermaye yetersizliği nedeniyle devletçilik politikası benimsenmiştir. Ayrıca özel girişim desteklenerek Beş yıllık birinci, ikinci ve üçüncü sanayi planları da yapılmıştır. Bu planlar sadece sanayi alanında yapılarak nerede hangi fabrika kurulacağını belirliyordu. 1930 ekonomik bunalımı ve İkinci Dünya Savaşının bu döneme denk gelmesi ve savaş ekonomisinin uygulanması girişimciliği engellemiş ve gelişmesinin beklenen düzeyde olmasını önlemiştir (Tutar ve Küçük, 2003:169).

1950 – 1970 Liberal ekonomi ve planlı döneminde; devletçilik politikasının reddedildiği 1950’li yıllarda, sanayileşmenin özel sektörde gerçekleştirilmesi benimsenerek ekonomide liberalleşme gerçekleşmiştir. Girişimciliği özendirici bir çok politika uygulanmış ve biriken sermaye ile yeni işletmeler kurulmuştur. 1960’lı yıllarda “Planlı ekonomi”ye geçiş sağlanmış ancak ne yazık ki özel sektöre öncelik verilmesi ve bu sektörün yatırımlarının çoğalması sebebi ile bu süreç başarıyla sonuçlanamamıştır. Bu dönemde iki adet Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlanarak uygulamaya konulmuştur (TÜGİAD, 22: 1993; Aktaran: Müftüoğlu ve Durukan, 2004:11).

1970-1980 İthal ikamesi dönemi; ithal ikamesi politikasının gitgide önem kazandığı dönemdir. Bu dönemin başlarında kamu yatırım oranları azalarak, sanayileşme ve özel sektör girişimciliğinde artış görülmüştür. Kıbrıs Harekâtı ve ardından gelen ekonomik ambargo, petrol şokları, popülist politikalar, yaşanan ideolojik kavgalar, gibi sebeplerle dış ödemeler dengesi, enflasyon ve işsizlik kaynaklı ekonomik darboğazlar, askeri darbeler ve derin siyasi istikrarsızlıklar iş dünyasının performansını düşürmüş ve girişimcilik üzerinde olumsuz etkiler meydana getirmiştir (Danışık, 2001:29).

1980 ve sonrası Dışa açık büyüme döneminde; 1980 yılındaki askeri darbeden sonra Türkiye’de yönetim el değiştirmiştir. Dolayısıyla ülkede uygulanan ekonomik anlayışta da değişme sağlanmıştır. İthal ikamesi dönemi terk edilerek dışa açık liberal ekonomi benimsenmiştir (Öztürk, 2008:29-32).Liberalizm ile ihracat alanında kalkınma stratejisi uygulanmasına karar verilmiştir. Bu strateji değişikliği doğrultusunda, serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin başlıca faktörlerinden girişimciliği hatta özellikle ihracat alanındaki girişimciliği destekleme politikaları uygulanmaya çalışılmıştır (Arıkan, 2004:17). İhracatın güç kazandığı ve ekonomik açıdan dış dünyaya açılma politikasının izlendiği bu dönemde, serbest piyasa ekonomisinin benimsenmesi girişimcilik kavramının ülke içinde daha da gelişmesi ve büyümesi açısından önemli bir rol oynamıştır.

Ülkenin ekonomik gelişmesine ve bölgesel kalkınmasına katkı sağlayan girişimciliğin Türkiye’deki geçmişini ele alırken; Devlet Planlama Teşkilatının kurulduğu tarihten bugüne dek 9 adet uygulanmış Beş Yıllık Kalkınma Planları’nın da önem arz ettiğini belirtmek gerekmektedir. Kalkınma planları en dar kapsamda; 1960 öncesi devletçi ve kısmi, 1960-1980 arası karma ekonomi ve bütüncül, 1980-2000 arası liberal ve stratejik, 1980 sonrası ise sanayileşmedeki ithal ikamesi politikalarından vazgeçilmesiyle açık ekonomiye geçiş dönemlerini kapsayan süreçte birincisi 1964’de hazırlanarak uygulamaya konulmuş stratejik planlardır.

I. ve II. Beş Yıllık Kalkınma Planları, 1963-1977 perspektif plana göre hazırlanmıştır. I. Beş Yıllık Kalkınma Planı temel altyapı yatırımlarına, istihdam sorunlarına ve yeniden düzenleme konularına öncelik tanımıştır. II. Beş Yıllık

Kalkınma Planı ise, özellikle sanayi sektörünün ekonomi alanında sürükleyici sektör niteliğinde olmasını amaçlamıştır.

III. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977), yeni bir perspektife göre hazırlanmıştır. Bu plan gelir düzeyinin arttırılmasını, sanayileşmenin özellikle ara ve yatırım malı üreten sektörlerde hız kazanmasını ve dış kaynaklara bağımlılığın azaltılmasını hedeflemiştir.

IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983), kamu alanlarına ağırlık veren sanayileşme stratejisini benimsemiştir. Ödemeler dengesini iyileştirme ve ekonomiyi kendi çapında yeterli kılma amacıyla planlanmıştır.

V. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), Türkiye ekonomisinin dışa açılarak ihracat ağırlıklı kalkınma politikalarının uygulanmasına öncelik verilmiştir. Ekonomiye kamu müdahalelerini en aza indirerek serbest ekonomide dış ticaret ve yabancı sermaye politikaları uygulanmasının yanı sıra altyapı ve konut yatırımlarını arttırarak bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını azaltma öngörüsü ile hazırlanmıştır.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), öncelikler; birbirleri ile ilişkili üç temel noktada birleşmektedir. Giderek enflasyonu düşürmek, kaynakları daha fazla imalat sanayine yönlendirmek ve sosyal politikalara daha çok yoğunlaşmaktır.

1970'li yılların ikinci yarısından sonra gelişmiş ülkelerin büyük çoğunluğunda, bilhassa teknoloji alanında gelişmesi yavaşlayan ülkelerde bazı tıkanmalar yaşanmıştır. Bu nedenle takibi yapılan müdahaleci devlet ve refah devleti politikaları sorgulanmaya başlanmıştır. Böylelikle küreselleşme ile hız kazanıp rekabet gerektiren dünyada, bundan sonra bu politikaların devam ettirilmesinin mümkün olmadığı görülmüştür. Bu durumun bölgesel bütünleşmelere katılmanın temeli olduğu ve bu gelişmelere uyum sağlayamayan ülkelerin ekonomide marjinalleşerek küçülmeye gideceği ortaya çıkmıştır.

VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, bu bağlamda, meydana gelebilecek dar boğazları öngörerek gidermek ve dünyanın değişen şartları gereğince, Avrupa Birliği veya genel anlamda dünya ile bütünleşme sürecine uyum sağlamada yaşanabilecek sorunlarla baş edebilmek için yapısal ve kurumsal nitelikte tedbirler almanın önem arz ettiği anlayışıyla hazırlanmıştır.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), ekonomide istikrarın elde edilmesinin yanı sıra yapısal ve kurumsal düzenlemelerin yapılması, rekabet gücünün artırılması ve AB'ye uyum sürecinin başlatılmasını, bilgi çağına geçişte altyapı oluşturulmasını, teknoloji alanında üretimin artırılmasını ve gelir dağılımındaki farkların azaltılmasındaki interaktif bir yaklaşım ile bölge ve şehir planlamalarına öncelik verilerek hazırlanmış ve TBMM onayı ile yürürlüğe girmiştir.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, dünya çapında ve ülke düzeyinde orta ve uzun dönem stratejileri içeren dinamik ve sürekli yenilenebilen bir yapıyı kapsamaktadır. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, toplumun hayat standartlarının artış gösterdiği, aralıksız ve istikrar gösteren büyüme sürecinin yürütülmesinin yanı sıra Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde ana dönüşümler gerçekleştirerek tüm dünya ile bütünleşme ve Türkiye'nin evrensel ve bölgesel bazda daha çok güç kazanarak, yetkinlik ve saygınlığının yer aldığı bir dönem olarak gerçekleşmiştir.

IX. Kalkınma Planı (2007-2013), çok kapsamlı ve hızlı bir şekilde değişimlerin yaşandığı, rekabetin yoğunluk kazandığı ve belirsizliklerin artış gösterdiği bir döneme denk gelmektedir ve küreselleşme her alanı etkilemiştir. Böylelikle bireyler, kurumlar ve uluslar için hem fırsatlar hem de riskler bu dönemde artış göstermiştir. Plan aynı zamanda ülkenin bütüncül bir yaklaşımla ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda gerçekleştireceği dönüşümleri ortaya koyan temel politikalarda belge niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda IX. Kalkınma Planı, "İstikrarlı bir şekilde büyüme göstererek, gelirini daha eşit bir şekilde pay eden, global düzeyde rekabet edebilme gücüne sahip, bilgi toplumuna dönüşen, AB'ye üyelik sürecinde uyum sağlamış bir Türkiye" vizyonu ve 2001-2023 yıllarını içeren Uzun Vadeli Strateji kapsamında hazırlanmıştır.

<http://www3.kalkinma.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebContentGosterim.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFBD8FB4D720EB6A172>

1.3. Girişimci Kişiliğin Oluşmasındaki Etkenler

1.3.1. Demografik Etkenler

Girişimci kişiliğin oluşmasında karakteristik özelliklerin etken olmasının yanı sıra, cinsiyet, yaş, eğitim, iş tecrübesi, aile, sosyal ve kültürel çevrenin de etkili olduğu yapılan araştırmalar doğrultusunda ortaya çıkmaktadır. Özellikle cinsiyeti, hangi yaş

grubunda olduğu, aldığı eğitim, iş deneyimi ve yetiştirildiği aile ortamında girişimci olması faktörlerini kapsayan demografik özellikler girişimci kişiliğın oluşmasındaki etkenler arasında görölmektedir.

Cinsiyetin Etkisi

Son zamanlarda girişimcilikle ilgili yapılan araştırmalar cinsiyetin de önemli bir etken olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Toplumlar, kadın ve erkeğın psikolojik özelliklerindeki farklardan dolayı bireyleri cinsiyetinden ötürü toplum içerisinde ayrımcılığa götürmüştür. Kadınların erkeklere oranla daha duygusal ve bağımlı olması, erkeklerin kadınlardan daha agresif olup bağımsız hareket etme güdüsü toplumsal cinsiyet rollerini de öne çıkarmaktadır (Mueller ve Dato-On, 2007).

Girişimciliğın cinsiyet üzerine etkisini araştıran Hisrich'e göre kadın ve erkek girişimcilerin benzer özellikleri olsa dahi her açıdan farklı güdülere ve yetenek düzeylerine sahip olduklarını belirtmektedir (Hisrich, 1985). Girişimcilikte erkeklerin hayatındaki olumsuz şartlardan dolayı daha fazla para kazanma amacıyla motive olurken, kadınların kendilerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılama arzusu ile motive olduğu görölmektedir (Dobransky, 2002).

Cinsiyet ayrımcılığı üzerine yapılan araştırmalar, erkeklerin bağımsız, aktif, tarafsız, özgüvenli, hırslı, iddialı ve mantıklı olma özelliğı yetkinlik ve başarıma yetilerini beraberinde getirirken, kadınların nazik, anlayışlı, duyarlı, duygusal ve anlayışlı olma özelliğı bağımlılık, pasiflik, bakım, karşılıklı samimiyet gerektiren mesleklerde faaliyet göstermesine neden olmaktadır (Mueller ve Dato-On, 2007). Bu bağlamda kadın girişimciler daha küçük ölçekli işletmeleri genellikle hizmet sektörünü tercih ederken erkekler daha çok üretim, inşaat ya da ileri teknoloji alanında aktif görölmektedir (Hisrich ve Peters, 1998:78-80)

Kadın ve erkeklerin girişimcilikte cinsiyete dayalı rol faktörleri detaylı olarak kadın girişimciler ile erkek girişimciler arasındaki farklılıklar bölümünde incelenmiştir.

Yaş ve Girişimcilikten Önceki İş Deneyimin Etkisi

Bireylerin kendi işini kurma ve yürütme faaliyetleri ile yaş ve girişimcilikten önceki iş deneyimlerinin etkisi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için literatürde çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bireyin ihtiyaçları, beklentileri ve tercihleri yaşına göre

değişim sağlamaktadır. Farklı yaş aralığında bulunan kişilerin deneyim süresi farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda çalışma hayatına bakış açısında yaşa göre farklı yaklaşımların olması da mümkündür. Bireyin erken yaşta çalışma hayatında bulunmasının yanı sıra daha önce bir işyerinde çalışması yada girişimcilik yapma fırsatında bulunmuş olması kişiye deneyim kazandırmaktadır ve bu durum da bireyin girişimci olma kararını olumlu etkilemektedir (Coulter, 2003: 26)

Aynı cinsiyet grubundaki bireylerin girişimci olma eğilimleri yaşlarına göre değişim sağladığı gibi erkek ve kadın girişimci adaylarının girişimde bulunma yaşlarında da farklılık görülmektedir. Hisrich ‘ e göre erkek girişimciler 30 yaş civarında kendi işini yapmaya yönelirken kadınlar 30 yaşından çok daha sonrasında bu eylemi gerçekleştirmektedir (Hisrich ve Peters, 2002:71).

Girişimcilerin mesleki geçmişi de cinsiyete bağlı değişim sağlamaktadır. Genellikle erkekler iş hayatına genç yaşta atılmaktadır ve dolayısıyla farklı alanlarda tecrübe edinme imkanları bulunmaktadır. Buna karşılık kadınlar ise genelde hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir ya da eğitimini aldığı bir alanda uzmanlaşmaktadır. Bu bağlamda kadınlar erkeklere oranla daha ileriki yaşlarda deneyim sahibi olmaktadır ve bu durum kadınların girişimcilik altyapısının eksik olmasının sebeplerinden biri olarak gösterilebilir.

Bireyin daha önceki iş yerinde karşılaştığı sorunlar bir diğer ifadeyle kariyerindeki memnuniyetsizlik de önceki iş deneyimlerinin girişimciliğe etkisini göstermektedir. Olumsuz şartları tecrübe ile öğrenen yani daha önce çalıştığı iş yerinden hoşnutsuz olan birey geri dönüşü olmaması için gayretle çalışıp başarılı bir girişimcilik için kendini motive etmektedir (Brockhaus, 1980:371).

Eğitimin Etkisi

Bireyin girişimcilik ruhunun doğuştan gelmesinin yanı sıra gerek girişimde bulunacağı alanda aldığı mesleki eğitimler gerekse de eğitim hayatı boyunca edindiği bilgiler doğrultusunda girişimcilik ruhunun belirli bir yaştan sonra da edinildiği görülmektedir. Birey girişimci olmanın gerektirdiği kişilik özelliklerini taşıyor ise yetersiz kaldığı durumlarda eğitim çalışmaları ile destek aldığı takdirde girişimcilikte başarılı olabilmektedir (Gözek ve Akbay, 2012:53).

Hem aile hem de eğitim kurumlarında edinilen bilgiler bireyin girişimcilik sürecine olumlu veya olumsuz yönde etki etmektedir. Bireyin öncesinde veya sonrasında aldığı eğitimler girişimciliğinin ve yaratıcılığının gelişmesi veya gerilemesi konusunda etkili olabilmektedir. Eğitimin girişimcilik üzerindeki etkisini araştıran çalışmalar doğrultusunda, bireye sürekli değişim sağlayan ve önemini kısa sürede kaybeden bilgileri vermek yerine; henüz keşfedilmemiş olan bilgileri önemseyen eğitim kurumlarında yetişen çocukların daha yaratıcı ve girişimci oldukları görülmektedir. Bu bağlamda, bireyin girişimciliği ve yaratıcılığı aldığı eğitimin felsefesi, programı ve kapsamı açısından oldukça önem arz etmektedir (Arıkan, 2004:54-55).

2000 yılında girişimcilik konusunda eğitim alan öğrenciler ile farklı alanlarda eğitim alan öğrenciler üzerine yapılan bir araştırmaya göre, girişimcilik eğitimi alan öğrenciler; yeni iş kurma fikrine ve kendi kurduğu işyerinde çalışma konusuna üç kat daha fazla eğilimli, yılda %27 oranında daha çok gelir elde eden girişimcilerin mal varlıkları %62 daha fazladır ve büyük ölçekli şirketlerde çalışmaları durumunda 1 yılda ortalama 23,500\$ daha çok gelir elde etmektedir. Böylece çalıştıkları işten daha fazla tatmin sağlayıp ileri teknoloji kullandıkları işletmelerinde satışlarının daha yüksek olduğunu belirtmektedirler (Charney ve Libecap 2000:5-7)

Girişimde bulunan bireyin cinsiyeti fark etmeksizin, finansal, stratejik planlama, iletişim, pazarlama ve yönetim gibi alanlarda eğitim almış olmaları girişimcilik faaliyetlerinde başarılı olmasına katkıda bulunmaktadır (Atasoy, 2009:11).Bireyin, mesleğini en akıllı şekilde icra etmesi sürecinde oluşabilecek rol davranışlarında uygun olanının seçilmesinde ön hazırlık olarak görülen eğitim (Doğan, 2000:217); bir girişimcinin yatırım kararı alma sürecine katkıda bulunarak kurulan işletme ile ilgili yeterli bilgi edinmesini sağlayacağı için işletmenin devamlılığını ve başarısını olumlu yönde etkileyebilecektir.

Ailede Girişimci Olması

Bireylerin almış olduğu eğitim, rol model olan kişiler, kişisel değer ve motivasyonları, girişimci olmalarında bir etkindir. Yapılan araştırmalarda, aile içerisinde girişimci olan çocukların diğerlerine oranla girişimcilik yönelimlerinin daha yüksek olmasının yanı sıra aile ortamında moral ve işbirliğinin hakim olması

bir işletmenin kuruluş aşamasında karşılaşılabileceği problemleri daha kolay çözüme ulaştırmada fayda sağladığını ortaya çıkmaktadır (Swedberg, 2000; Aktaran: TÜSİAD, 2002: 52).

Gözek ve Akbay'ın bir işe başlamanın nasıl olacağını bilmenin girişimci olma ihtimalini artırdığına vurgu yapan bir çalışmada, girişimci adayların %53,7'si babasının kurduğu işletmede kariyerlerini devam ettirdikleri belirtilmektedir. Eurobarometer araştırmasına göre ise, ebeveynleri kendi işini yürüten aile ortamındaki bireylerin, ebeveynleri maaşlı çalışan olan bireylere oranla girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Yapılan anket sonuçlarına göre, babadan oğula ve/veya kıza geçebilen aile şirketlerinin varlığını bu duruma örnek göstererek aile şirketlerinin nesiller boyu devam ettiğini de belirtmektedir (Anonim , 2004; Aktaran: Gözek ve Akbay, 2012:52).

Tarihsel süreç incelendiğinde de, girişimci ailelerde yetişen bireylerin ya ailenin kendi kurduğu işletmesini büyütmesine ya da aynı yapıda farklı bir işletme kurmalarına yardımcı olduğu görülmektedir. Ailenin sahip olduğu kültür, işletmeye ve topluma etki ederken işletmenin bütün fonksiyonlarını da etkileyerek işletmelerin girişimcilik eğilimlerine yön vermektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 298). Yapılan bir diğer araştırmaya göre ise, çocuklar yalnızca anne ve babasını rol model almakla veya onların devrettiği işletmeyi sürdürmekle yetinmemektedir. Günümüz girişimci adayları, kendi işini kurmayı tercih etmekle beraber profesyonel yöneticiliği tercih edenlerin de olduğunu göstermektedir (Güney, 2007:116-117).

1.3.2. Kişisel Özellikler

Bireylerin girişimcilik eğilimi göstermesi ile kişilik özelliklerinin etkisi üzerine yapılmış birçok farklı çalışma mevcuttur.

Koh (1996) çalışmasında girişimci kişiliği diğer kişiliklerden ayıran bireysel özelliklerin; başarıma ihtiyacı, içsel kontrol odağı, risk alma yönelimi, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven ve yenilikçilik olduğunu öne sürmüştür (Koh, 1996). Nitekim Kutanis 2006'da girişimci kişiler ve girişimci olmayan kişiler arasındaki farklılıkları tespit etme amacı ile yaptığı bir araştırmada; girişimci olanlar ile olmayanlar arasında başarı yönelimi, belirsizlik toleransı, özgüven ve yenilikçilik

bağlamında anlamlı farklar olduğunu belirtmiş ve bu özelliklere sahip girişimci kişilerin daha baskın olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Aynı zamanda, daha az oranda, ileri seviyede iletişim becerisine sahip olma (Hitt vd., 2005), proaktif olma (Hisrich vd., 2005), vicdanlı olma, yüksek başarı güdüsü (Daft, 2005) ve kararlarında ısrarcı olma (Hitt vd., 2005) niteliklerinin bir girişimcide olması gereken kişisel özellikler olduğunu belirten çalışmalar da mevcuttur. Dennis'e göre ise girişimci aday bireylerin, doğuştan gelen veya yaşadığı çevre sayesinde sonradan edinip geliştirdiği birkaç özellik bulunmaktadır. Organize edebilme yetisi, zeki, hayal kurabilen, yenilikçi, sakıngan, ısrarcı, belirli ölçüde şüpheli ve en çok da risk alma konusunda cesaretli olma gibi özellikler taşıması bireyin girişimci olması için gereken nitelikler olarak belirtilmektedir (Kayalar ve Ömürbek,2007).

Girişimcilik faaliyetinde bulunan bireylerin belirli bir vizyona, tükenmeyen girişimcilik tutkusuna ve başarıma arzusuna sahip olmalarının yanı sıra aynı zamanda yaratıcı, çevik, hızlı karar verebilen, çözüm odaklı düşünme yetisine sahip olmaları bireyin girişimci davranışlarının belirleyicisi olduğunu vurgulamaktadır (Tekin, 2004).

1.3.3. Sosyal Ortam

Daha önce belirtilen demografik ve kişisel özelliklerin yanı sıra bireyin içinde yaşadığı toplum ve yetiştirildiği aile ortamı da girişimci kişiliğin oluşmasında oldukça büyük bir etkidir. Girişimci kişilik ve davranış ile aile yapısı arasındaki bağlantı girişimci güdülerin meydana gelmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Çocuğun karakteri ve davranışı açısından aile önemli bir faktördür. Bireyi hayata hazırlayan aile de toplumun bir parçasıdır ve bireyin iktisadi ve sosyal becerilerini ilk olarak aile ortamında kazandığı görülmektedir. Aile bireylerinin, dışa dönük, başarı odaklı, girişken, üretken ve tutumlu bir tavır sergilemesi çocukların girişimciliğe erken yaşlarda ilgi duymasını sağlamaktadır. Ailenin, çocuğu satış yapmaya, para biriktirmeye ve küçük de olsa yatırımlar yapmaya özendirerek erken yaşta çalışma hayatına hazırlaması, piyasa, rekabet, para kazanma ve mücadeleci olma gibi girişimcilikte başarı getiren niteliklere sahip bir birey olarak yetişmesinde katkı sağladığı görülmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007:107). Aile yapısı, girişimci kişiliğin oluşmasının yanı sıra girişimcilik faaliyetleri gerçekleştirirken de olumlu bir

fonksiyona sahiptir. Kenya, Güney Afrika, Avustralya ve Kuzey Amerika gibi ülkelerde yaşayan girişimcilere yönelik yapılan araştırmalarda da, aile yapısının girişimciliği etkilediği sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Morrison, 2000:65-66).

TÜSİAD'ın modern aile yapılarının etkisini öne çıkaran bir araştırmasında, % 62 oranı ile girişimci katılımcıların çoğunluğunun girişimcilik becerilerini ilk olarak aile ortamında kazandıkları sonucuna ulaşmıştır. Çocukluk dönemi ve yakın aile çevresinin girişimcilere, yarış halinde mücadeleci olma hususunda katkı sağladığını ortaya çıkarmaktadır(TÜSİAD, 1987:37).

Bu doğrultuda TÜSİAD aile yapılarının girişimci kişiliğin oluşmasındaki etkenleri üç farklı boyutta incelemektedir :

1. Teşvik edici etki (olumlu etki): Aile, çocuğunu kendi ayakları üzerinde durması ve kendine ait bir iş kurması için teşvik etmektedir. Aile bireylerinde girişimci kişi veya kişiler varsa, bu kişilerin çocuğa örnek olarak gösterilmesi ve çocuğun aynı başarıyı elde etmesi hatta bu girişimci bireyleri geçmesi istenebilmektedir.

2. Sınırlayıcı etki (olumsuz etki): Sınırlayıcı etkinin olduğu ailelerde, maddi imkânların yetersizliğinden kaynaklanan etki ya da tarıma dayalı hayatın sürdürülmesi çocuğun girişimciliğinin engellendiğini görülmektedir. Bu tarz aile ortamında yetişen çocukların hor görülerek, tek başına başarma istekleri yok edilmektedir.

3. Kararsızlık yaraticı etki: Aile, modern toplumlarda çocuğun toplumsallaştırılmasından ziyade eğitim ve biçimsel toplumsallaştırma rolünün üzerine alındığı görülmektedir. Kurumsal eğitim hayatına uzun süre devam etmesi istenilen ve başarılması zor olan işler yapmaya itilen bu çocukların ailede almış oldukları eğitim yeterli gelmemektedir. Bu bağlamda çocukların ikilemde kaldıkları görülmektedir (TÜSİAD, 2002: 9-20).

Bunun yanı sıra birey istenilen girişimcilik niteliklerinin tümüne sahip olsa dahi, içinde bulunduğu toplumsal yapıdan etkilendiği için sosyal çevrenin de girişimciyi motive eden nitelikleri taşıması gerekmektedir. Bu açıdan incelendiğinde devletin girişimcilik üzerine uyguladığı faaliyetler büyük önem kazanmaktadır.

Devlet girişimciyi desteklediği takdirde, siyasi, sosyal, ekonomik ve kültürel ortamda, bireyler de girişimci düşünce ve davranış yapısında olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ülke ekonomileri daha çok yenilikçi, üretken, değişikliklere uyum sağlayabilen ve rekabet edebilen konuma ulaştığı söylenebilir (Çonkar, 2005:76).

1.3.4. Kültürel Etkenler

Gruptaki bireylerin ortak özelliklere sahip olmasının yanı sıra kişiden kişiye aktararak öğrenilen yaşam biçimi olan kültür, birey ve toplumu derinden etkileyen bir faktördür. Gelenek ve görenekler, aile ortamında alınan eğitim, ahlak kuralları, davranış biçimleri, yaşama şekilleri ve toplumsal çevre gibi birden fazla konuda kültürün etkili olduğu görülmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007:107). Toplumun ilişkilerini ve etkileşim süreçlerini etkileyen kültür, kurumsal yapılara, kişilerin davranış ve tutumlarına, çalışma ve üretim biçimlerine, yönetim ve örgütlenme şekillerine yön vermektedir (Tosun, 1990:145).

Girişimcilik olgusunun temelini insan unsuru bir diğer ifadeyle girişimci oluşturmaktadır. Bu bağlamda girişimcilik, içerisinde insanı barındıran toplum dolayısıyla kültürel bir olaydır. Kültür kavramı, ülkeden ülkeye değişim sağladığı gibi bir ülke içinde farklı bölgelerde yaşayan insan toplulukları arasında da değişiklik göstermektedir (Akmüt vd., 2003:437). Kültürün girişimciliği yüksek oranda etkilediğini belirten Morrison'a göre kültür, girişimciliği başlatan, harekete geçiren itici bir güce sahiptir. Demokratik kültürlerde bireysel başarısızlığın ve hataların çok büyütülmeyle yüksek tolerans gösterildiğini vurgulayan Morrison, bu yapıdaki kültürlerin bireyleri yenilikleri denemeye ve girişimde bulunmaya teşvik ettiği örneğini vermektedir. Özellikle girişimciliği ve girişimci kültürü besleyerek girişimci kişiliğin oluşmasını etkileyen Kuzey Amerika ve Avustralya gibi daha eşitlikçi ve demokratik toplumlarda bu duruma uygun ortam bulunmaktadır (Morrison, 2000: 62-66).

Hofstede (1980) kültürü tanımlayarak kültürlerin değişiklik gösterdiğini belirtmiş ve beş farklı boyutta gruplandırmıştır. Bu analize göre, güç mesafesi; bir ülkedeki bağımlılık ilişkilerini, belirsizlikten kaçınma; bir kültüre ait üyelerin belirsiz ve bilinmeyen durumların doğurduğu korku duygusunu, bireyselci yönelimli; bireyin ya da grubun çıkarlarının önemsenme derecesini, uzun dönem yönelimli; bir ülkeyi

ihtiyaçların kısa ve uzun dönem tatmini arasındaki değişikliğini, erkek-dişi yönelimli; açık bir şekilde farklılaşan toplumdaki toplumsal cinsiyet rollerini tanımladığını ifade etmektedir (Avşar, 2007: 21-22).

McClelland, kültür ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için girişimciliğe destek veren üç temel kültürel davranışın olduğunu belirtmektedir. Bunlar, yüksek sorumluluk alma, planlı risk alma ve performansa yönelik geribildirim talebinde bulunmadır (Johnson, 1990:40). Bu kültürel davranış biçimleri, toplumsal yapıyı, bu yapıyı çevreleyen politik, iktisadi ve teknolojik sistemi de etkilemektedir. Bir kültürün diğer kültürlerle oranla daha çok girişimci tiplerine sahip olmasının sebebini araştıran Busenitz ve Lau'ya göre ise, her toplumun kendine özgü kültürel nitelikleri olduğunu ve farklılıkların ortaya çıkma sebebini bu duruma bağlamaktadır. Araştırma aynı zamanda, bu kültürlerde bazı değerler (bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi), uygun sosyal bağlam (sosyal hareketlilik, çevre ve pazar koşulları) ve kimi kişisel değişkenler (risk alma, başarıma isteği ve kontrol odağı), hep birlikte yeni bir düşünme yapısı oluşturmakta, yeni girişimlere ve işletme kurma faaliyetlerine yardımcı olduğunu da belirtmektedir (Busenitz ve Lau, 1996:31).

Yapılan bu araştırmalar doğrultusunda; bireyin içinde yaşadığı toplum ile sosyo-kültürel ortamın girişimcilik faaliyetleri arasında güçlü bir ilişki bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Bygrave-Minniti'ye göre, sosyo-kültürel ortam, girişimci tutumları doğrudan etkilemektedir. Kültür, bireylerin genel davranış zeminini oluşturarak; risk alma, belirsizlikten kaçınma, değişime açık olma, yenilik belirleyici ve yönlendirici olmada büyük bir role sahiptir ve bu yüzden girişimcilik, bir ülkede hatta ülke içinde bölgeler arasında farklılıklar ortaya çıkmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007: 110).

1.4. Girişimciliğin Sınıflandırılması

Girişimcilik, günümüz dünyasında her alanda karşımıza çıkan bir kavramdır. Yeni bir şey üretme ve sunma arzusu ve ihtiyaç kapsamında talep görmesi girişimciliği türlerine ve fonksiyonlarına ayırdığı görülmektedir. Girişimciliği değişik açılardan değerlendirerek sınıflandırabilmek mümkündür. Girişimciliğe kavramsal çerçeveden baktığımızda “iç girişimcilik” ve “dış girişimcilik” olarak iki ayrı gruptandırma

yapılabilirken aynı zamanda içeriksel olarak da “ekonomik girişimcilik” ve “sosyal girişimcilik” olarak iki farklı şekilde sınıflandırılabilir.

Dış girişimcilik yeni bir işletmenin kurulması ile ilgili olup genel anlamda girişimcilik kavramını ifade etmektedir. İç girişimcilik ise var olan bir işletmenin yaşamını sürdüren itici bir güç olup mevcut işletme içerisinde yapılan yenilikleri içeren girişimciliktir. Girişimcilik kültürüne sahip işletmelerde; yenilik içeren bir ürün veya hizmet, yönetim, pazarlama, satın alma, üretim, satış ve tüm bunların işlevlerinde yapılan yenilik hareketlerinin ticari hale gelme çaba ve sonuçlarını içeren tüm alanlarda yenilik yapan her bir çalışan iç girişimci olarak nitelendirilebilir (Ürper vd., 2012:9). Dış girişimci ile iç girişimci arasında yenilikçilik, fırsatları arama, risk almaktan kaçınmama, kaynak kullanımında etkinlik ve temel motivasyon kaynakları açısından benzerlikler olsa da iç girişimcinin dış girişimciye oranla kaynaklara ulaşımının daha kolay olduğu görülmektedir. Her iki girişimci türü arasındaki bir diğer farklılık ise, yeni bir işletme kuracak olan dış girişimci işletmenin gelişmesi için çaba sarf ederken iç girişimci mevcut işletme faaliyetlerini güçlendirmek için yenilikler yapmaktadır. Bu bağlamda risk faktörü, iç girişimci için işletmenin girişimcilik kültürünün düşük olmasına bağlı olarak işletme içi engellerle karşılaşma iken dış girişimci için piyasadaki engellerle karşılaşmaktır.

Girişimcilik sınıflandırılması içeriksel olarak ele alındığında ise, ekonomik girişimcilikte en önemli amaç işletme sahibinin kâr elde etmesi ve kaliteli ürün veya hizmeti sunması iken sosyal girişimcilikte kar elde etmekten ziyade asıl amaç toplumsal sorunların çözülmesidir (<http://www.yonetselzihin.com/girisimcilik/girisimcilik-kavrami-ve-turleri/.html>).

Toplumların sıradan olan davranışlarını değiştirerek yeni dönüşümlere yol açarak işletmeleri aracılığıyla toplumdaki bazı problemleri çözmeye odaklanan bu sosyal girişimciler, toplumsal bir sorunu tespit ettikten sonra işletme prensiplerini yenilikçi çözümler geliştirmek için kullanmaktadırlar (Boone ve Kurtz, 2013:186). Sosyal girişimcinin görevi yolunda gitmeyen durumları bulup toplumu yeniliklere ikna etmek ve sonunda da sistemi değiştirmenin bir yolunu bularak ortadan kalkmasını sağlamaktır. Sürdürülebilirlik ve sosyal fayda yaratma üzerine kurulu sosyal girişimcilik, problemleri kendileri için fırsatlara dönüştüren bireyler olarak

nitelendirilebilir. Bu bağlamda, Sosyal Girişimcilik ile Sivil Toplum Kuruluşları arasında yakın bir ilişki olduğu da söylenebilir (Akdemir, 2008:260).

Başka bir açıdan değerlendirildiğinde girişimciliği “ticari girişimcilik” ve “kamu girişimciliği” olarak sınıflandırmak da mümkündür. Üretim faktörlerinin mal veya hizmet üretimi için kullanıldığı ticari girişimcilik, özel sektör girişimciliği olarak da ifade edilebilir. Kamu sektöründe çeşitli bölümlerde görev yapan kurumların girişimcilik faaliyetinde bulunması olarak nitelendirilen kamu girişimciliği, yeni hizmet alanlarının geliştirilmesi ve uygulamalarda kolaylık sağlamak için yeni projeler geliştirmek gibi faaliyetlerin bütünü olarak ifade edilebilir (<https://www.turleri.net/girisimcilik-turleri.html>).

Girişimcilikle ilgili son yıllarda önemi artan kavramlar arasında “kadın girişimciliği”, “teknik girişimcilik” ve “sanal girişimcilik” de girişimcilik türleri olarak değerlendirilebilir. Yakın geçmişe kadar literatürde bulunmayan ancak günümüzde ekonomik üretimde yer alan kadınların rolünün artması ve girişimcilik alanında kadınların istenen ve yeterli oranda olmaması ülkelerin ve toplumların kadın girişimcilik üzerine bilinçlenmesini sağlamıştır. Yenilik ve araştırma-geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinin finanse edilerek yönetilmesini içeren teknolojik alanda bir takım girişimciliği olarak nitelendirilen teknik girişimcilik, genellikle ileri teknolojiye sahip, eğitim seviyeleri yüksek, bilgi ve deneyimi olan girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlar olarak ifade edilebilir (Marangoz, 2008:17). Teknolojik gelişmelerin sanal ortamda alışveriş yaparak veya mağazalara satış yaparak onlara hizmet sunma faaliyetleri de sanal girişimcilik olarak tanımlanabilir.

1.5. Kadın girişimciliği

Kadınların üretim kolunda iş gücü piyasasına katılma tarihi çok eski dönemlere denk gelmektedir. Bağ, bahçe ve benzeri alanlarda faaliyet gösteren yani genel anlamda tarımla uğraşan kadınların, yaptıkları işten gelir elde etmesi ve bunların bir iş kolu olarak görülmesi kadınlar üzerine yapılan araştırmaların artmasına sebep olmuştur (Çiftçi, 2010:1352). Kadının toplum içerisindeki rolü öncelikli olarak eş ve anne olarak belirlendiği için Sanayi Devriminden önce girişimcilik, yalnızca erkeklerin faaliyet gösterdiği bir alandı. Ancak Sanayi Devriminden sonra kadınlar ‘ücretli’ ve ‘işçi’ statüsünde iş hayatında görülmeye başlamıştır (Akyol,1993). Dünyada,

özellikle Sanayi Devriminden sonra kadınlar çalışma hayatında daha aktif bir şekilde rol almış ve bu sayede gelir elde etme süreçleri hız kazanmıştır. Türkiye’de ise, art arda gerçekleşen Balkan, 1. Dünya, İstiklal ve 2. Dünya savaşları sonucu kadınlar, erkeklerin cepheye gitmesiyle açığa çıkan iş gücünü kapatma sebebiyle zorunlu olarak çalışmaya başlamıştır (Berber ve Eser, 2008:2).

Girişimciliğin geçmişi çok eski dönemlere dayansa da kadınların girişimci olarak görülmesi erkekler kadar eski olmadığı için kadın girişimciler ancak yakın tarih geçmişinde literatürde yer edinebilmiştir. Girişimciliğin destek gördüğü ülkelerin ekonomik gelişmişlik seviyesinin girişimciliğin desteklenmediği ülkelere oranla çok daha yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Dünya genelinde gelişmekte olan ülkeler arasında olan Türkiye’de girişimcilik, diğer ülkeler ile kıyaslandığında oldukça düşük bir orandadır. Her 100 yetişkin içinde Meksika’da 18,7, İrlanda ‘da 12 ve Amerika’da 11,7 olan şirket kuran kişi sayısı Türkiye’de yalnızca 4,5’dir (Üstün ve Dede, 2008:3).

Kadın girişimciliği ekonomik gelişmenin araçları olan çalışma ve üretme sayesinde ekonomik kalkınmaya olan etkisinin yanı sıra kişilerin gelişimlerine de katkıda bulunduğu için sosyolojik ve kültürel anlamda da büyük bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, kadın girişimciliği, kadınların kişisel gelişimlerine ve toplumsal statülerine fayda sağlamaktadır. Kadın istihdamı dolayısıyla ekonomik bir faaliyet olan kadın girişimciliği, hem aile hem de topluma sağladığı iktisadi kalkınma ile birlikte kadına özgü tanımlanan iş alanlarının dışına çıkarak kadınlara farklı alanlarda çalışma fırsatı yaratmaktadır. Kadınların bağımsız hareket ederek kendi kararlarını verebilme özgürlüğü, yeteneklerini daha rahat kullanmasını sağlamaktadır. Kadın yoksulluğunu azaltan bu girişimcilik faaliyetleri, kadınların ekonomik ve sosyal alanda güçlenerek idari pozisyonlarda ve karar mekanizmalarında gitgide güçlenmesinde ve toplumun cinsiyete dayalı ayrımcılığının azaltılmasında katkı sağlamaktadır (Terzi ve Kurt, 2015: 127).

Araştırmalara göre, 1980 yılından itibaren kadınlar; daha fazla meslek gruplarında aktif bir şekilde faaliyet göstermektedir. Türkiye’de kadın girişimciler erkek girişimcilere oranla farklı sorunlarla karşılaşmaktadır. Kuruluş öncesi veya sonrası finansal destek ve eğitim yetersizliği, ailevi sorumluluk bilinci ve toplumun kadınlara

bakış açısından kaynaklanan sorunlarla karşılaşmalarına rağmen, kadınlar bireysel girişimde bulunabilmektedir. Böylece işletme sahibi kadın sayısı her geçen gün artış sağlamaktadır. Kadınların girişimcilik faaliyetlerine katılımı farklı bir istihdam yaratmasından kaynaklı kalkınmanın gerçekleşmesinde oldukça önem arz etmektedir (Erdun,2011:1).

1980’li yılların sonlarına doğru ise, liberal politikaların bir parçası olan cinsiyet eşitliği politikaları siyasal ve ekonomik alanda uygulanmaya başlamıştır. Küreselleşme ile üretimin artması, gelişmekte olan ülkelere ilgiyi yoğunlaştırmış ve ücretli çalışan kadın sayısına olan talebi de arttırmıştır. Eşitlik politikalarının uygulamaya geçirilmesi, çalışma hayatındaki enformallık, esneklik ve kuralsızlık sonucunda zorunlu hale gelmiştir. Kadının iş gücüne katılımı, rekabeti arttırmasının yanı sıra olumsuz koşullarda dahi iş hayatında bulunmasına sebebiyet vermiştir. Böylelikle daha fazla kadın ücretli çalışan statüsüne geçmiş ve tüketici kitlesi artarak yeni ihtiyaçlar meydana gelmiştir. Liberal piyasaların genişlemesi de bu şekilde başlamıştır ve bu durum sonucunda etki alanları arttırılmıştır (Sağır ve Eroğlu, 2016 : 294).

1.5.1. Kadın Girişimciliğin Tanımı

Kadınların girişimcilik literatüründeki yeri, “ücretsiz aile işçisi” olarak çalıştırılması ya da kadının üzerine olan işletmelerin ailenin erkek bireyleri tarafından yönetilmesinden kaynaklı oldukça geç dönemde karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden kadın girişimciliği tanımına ait birçok tanım mevcuttur ve işletme bazında hangi özelliklere sahip kadınların girişimci olarak adlandırılıp hangilerinin adlandırılmayacağını belirlemek mümkün değildir (Bedük, 2005:111). Kadın girişimciliğinde tek bir tanımda karar kılınamamasının sebebi farklı alanlardaki yazarların girişimcilik kavramına yaklaşımlarındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Kimi yazar kadınları işletmenin kurucusu olduğu için girişimci olarak tanımlarken kimi yazar ailesinin kurduğu işletmeyi yöneten kadını girişimci olarak tanımlamakta kimi yazar ise kadın girişimciliğini küçük girişimlerde bulunan kadın olarak ifade etmektedir (Gökakın, 2000;109).

Dhillon (1993) kadın girişimciliğini, piyasa ekonomisi içerisinde, kendi kurduğu işyerine sahip, tek başına çalışan veya beraberinde işçi çalıştıran, mal ve hizmet

üretmek satışı sağlayan, kredi kaynaklarını araştıran, iş ile ilgili hızlı sonuç gerektiren sorunları çözüme kavuşturabilen, yeni koşullara uyum sağlayabilen ve alanında tecrübe edinme için çaba gösteren kadın “girişimci kadın” olarak tanımlanmaktadır (Yağcı ve Bener, 2005:86). Müftüoğlu ve Durukan ise, kadın girişimci, piyasa ekonomisi içinde hesaplı riskleri göze alabilen, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üretilip satan, kendi işinin sahibi olup, vergi kaydı, TESK (Esnaf ve Sanatkarlar Birlikleri ve Odaları)’e ya da TOBB (Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Ticaret ve Sanayi Odaları)’a üye olan ve sosyal güvenlik kurumlarından birinin himayesi altında çalışan, ya da yanında başka kişileri istihdam eden işveren olarak da tanımlanmaktadır (İlter, 2008:69).

Bir diğer tanıma göre ise, kadın girişimci; işveren, işyerinde idari ve hukuki alanda yetki sahibi, bizzat işinin başında bulunan ve fiili olarak da iş yerinde çalışan kadındır. Ayrıca kadın girişimci, sıra dışı durumlarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir şekilde kullanacak tedbirleri alan, analiz eden, planlayan, uygulayan ve sonuçlarından sorumlu olan, yaratıcı veya akılcı projeler üreten, risk faktörüyle mücadele eden bireydir (Saray, 1993; Aktaran: Kızılaslan ve Karaömer, 2015:372). Herhangi bir riske girmeden çalıştıkları ve karşılığında ücret aldıkları için eğitimini gördükleri alanda Kendi mesleğini icra eden kadınlar girişimci olarak kabul edilememektedir (Tamer, 2013:650 ; Aktaran: Ertürk, 2016:135).

Yapılan tanımlar doğrultusunda bir kadının girişimci olabilmesi için aşağıdaki kriterlere sahip olması gerekmektedir (Ecevit, 1993:20);

- Evinde veya ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir (veya birkaç) iş yeri olan,
- Bu işyerinde tek başına ya da istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve /veya işin sahibi sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal ya da hizmetin üretilmesi ile ilgili faaliyetleri yürüterek, bu mal ya da hizmetin dağıtımını, pazarlama ve satışını yapan ya da yaptıran,
- İş ile ilgili olarak ilişkiye getirilmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,

- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş-yerinin çalıştırılması, kapatılması ya da işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın kullanım ve yatırım alanları üzerinde söz sahibi olan kişidir.

Bu kriterler değerlendirildiğinde Türkiye’de bu özellikleri taşıyan çok az kişi olduğu ortaya çıkmaktadır. Girişimci kadın, iş hayatında daha fazla özerklik, bağımsız hareket etme ve bireysel özgürlük imkanına sahip olurken işiyle ilgili kısa ve uzun vadeli plan yapma, kaynakları en uygun şekilde kullanma, insanlar ile ilişki kurma ve bunu sürdürürken tecrübelerini aktarma şansına sahip olduğu için diğer alanlarda faaliyet gösteren kadınlardan farklı olduğu görülmektedir (Balaban ve Özdemir, 2013:115).

Bu bağlamda özetle kadın girişimci; ev dışında kendi adına ya da ortaklık kurarak bir ya da birden fazla işyerine sahip, herhangi bir mal ya da hizmetin üretimi, pazarlanması ve işletmenin tüm faaliyetleri ile ilgili kararlar alabilen, yürütebilen, gerçek veya tüzel kişiler ile kendi adına ilişki kurabilen ve işinden elde ettiği kazancı kullanmada söz sahibi olan kişi olarak ifade edilebilir (İlter, 2010:70).

1.5.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Hangi alanda girişimde bulunacağı göz ardı edilerek bir girişimci; motivasyonu güçlü, risk alan, yenilikçi ve bilgi sahibi olan bir birey olmalıdır. Daha geniş bir ifadeyle Hisrich’e göre; teknik, yönetsel ve bireysel olarak nitelendirilen girişimci özelliklerine aşağıdaki Tablo.3’te yer verilmiştir.

Tablo.3. Girişimcinin Özellikleri

Teknik Beceriler	Yönetsel Beceriler	Bireysel Beceriler
Sözlü iletişim	Amaçları belirleme	İçsel denetim
Çevresel gözlem	Karar verme	Risk alma
Teknik yönetim bilgisi	İnsan ilişkileri	Yenilik yapma

Teknoloji	Pazarlama	Değişimi yönetmek
Kişilerarası ilişki	Finans	Kararlı olma
Dinleyici olma	Muhasebe	Vizyon sahibi olma
Örgütlenme	Yönetim–yönetim geliştirme	
Şebeke kurabilme	Denetim	
Yönetim türü	Sorun çözme	
Takım oyuncusu olma	Girişim	

(Hisrich, 1998: 20; Sönmez ve Toksoy, 2014: 44)

Daha öz bir ifadeyle girişimci, risk alabilme becerisi, başarılı olma arzusu, başka insanlar ile çalışıp onlara güvenebilme ve onları yönetebilme, eksikliklerini kabullenme ve araştırmacı ruhuna sahip, zor ve ağır koşullarda çalışabilme ve sabırlı olma özelliklerini taşımaktadır (Sönmez ve Toksoy, 2014:44)

Literatürde kadın girişimciliği tanımlarına bakıldığında, genelde “iş kadını” ve “kadın girişimci” aynı şekilde ifade edilmektedir. Girişimciler, cinsiyet fark etmeksizin kendi adına kendi işini yapan bireylerdir. Ancak “iş kadını” bir iş yerinde çalışan kadınların tümünü kapsamaktadır. Kadın girişimci diğer alanlarda çalışan kadınlarla birçok ortak özelliğe sahip olsa da girişimci olma özelliği ile farklılık yaratan başka unsurlar bulunmaktadır. Kadın girişimciler, daha fazla risk üstlenmeye eğilimli, daha kararlı ve dayanıklı, kendi kaderlerini kontrol etme arzuları daha yoğun olan bireylerdir. Bir işletmeyi başlatan, organize eden ve yürüten kadın girişimciler, yenilikçi, kendine güvenen ve yaratıcı, bireysel ve başkaları ile işbirliği içinde olan, ekonomik özgürlük elde etme yetisine sahip, kişisel, aile ve sosyal hayata uyum sağlayan ve kurduğu işletmeyle başka insanlara da istihdam yaratan bireylerdir (Keskin, 2014:72).

Girişimcilik faaliyetini sürdüren kadınlar hırslı, risk alan, kendi işini kontrol altına alma gibi özellikler kapsamında betimlenirken aynı zamanda kadın girişimcilerin

dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve belirli bir amaca yönelik çalışıyor olmaları en önemli kişisel özellikleri olarak görülmektedir (Yetim, 2002:80-81). Hisrich ve Peters'a göre kadın girişimcilerin özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Balaban ve Özdemir, 2013:116);

- Kadınlar önceki işlerinde yükselme ve performans göstermelerine izin vermeyen iş geriliminden ileri gelen başarıma ihtiyacından daha fazla motive olma eğilimindedirler.
- Kadınlar genelde yüksek iş memnuniyetsizliği ile bir önceki işlerini terk ederler.
- Kadınlar sadece kişisel varlıklarına birikimlerine güvenmektedirler.
- Kadınlar orta seviye yönetim düzeyinde ve genellikle hizmet sektörü ile ilgili alanlarda yönetim deneyimlerine sahiptirler.
- Kadınlar için girişimciliğe başlama yaşı 35-40 arasındadır.
- Kadınlar için bu görevi eşleri, yakın arkadaşları ve meslek birlikleri yerine getirmektedir.

Bunun yanı sıra kadın girişimcilerin iş hayatında; çalışma yaşamının kalitesini önemseyen, kalite odaklı, yaratıcılık, esneklik ve insani yaklaşımları ile öne çıkan, işletmelerinin yönetiminde kar amacı güdüp finansal amaç belirlemesinin yanı sıra sosyal ve kültürel amaçlara da önem veren bir anlayış hakim olduğu da ifade edilebilir (Şahin, 2006; 37-38).

1.5.3. Kadın Girişimci Tipleri

Kadın girişimcilerin sahip oldukları özellikleri ve girişimci olmaya iten nedenlerden dolayı onları sınıflandırma zorunluluğu meydana gelmiştir (Soysal, 2010:92) ve literatürde farklı sınıflandırmalar mevcuttur. İlk olarak 1985 yılında Goffe ve Scase iki faktöre dayalı olarak dört farklı kadın girişimci tipi olduğunu aşağıda verilen tablodaki gibi belirtmişlerdir.

Kadın girişimcilerin sahip oldukları özellikleri ve girişimci olmaya iten nedenlerden dolayı onları sınıflandırma zorunluluğu meydana gelmiştir (Soysal, 2010:92) ve literatürde farklı sınıflandırmalar mevcuttur. İlk olarak 1985 yılında Goffe ve Scase

iki faktöre dayalı olarak dört farklı kadın girişimci tipi olduğunu aşağıda verilen Tablo.4'teki gibi belirtmişlerdir.

Tablo.4. Kadın Girişimci Tipleri

GİRİŞİMCİ İDEALLERİNE BAĞLI	GELENEKSEL CİNSİYET ROLLERİNE BAĞLI		
		Yüksek	Düşük
	Yüksek	Geleneksel	Yenilikçi
	Düşük	Evcil	Radikal

(Goffe ve Scase, 1992 ; Hancı, 2004 : 37)

Tablo.4 incelendiğinde, bireysellik ve kendine güven ilkelerini benimseyen kadın girişimciler geleneksel girişimcilik eğilimindedir, erkeklerin himayesinde olmayı kabullenen kadın girişimciler ise geleneksel cinsiyet rolüne bağlı girişimci tipinde olduğu görülmektedir (Kutanis, 2003:61; Aktaran: Soysal, 2010:92). Bu iki faktöre göre kadın girişimci tipleri geleneksel, yenilikçi, evcil, radikal olarak dört farklı şekilde belirlenmiştir;

Geleneksel Kadın Girişimciler:

Geleneksel kadın girişimciler hem girişimci ideallerine hem de toplumsal cinsiyet rollerine bağlı tiplerdir. Bu tip kadın girişimcilerin çoğunluğu evli oldukları için işleri ile ailevi sorumluluklarını bir arada yürütmektedirler. Her iki sorumluluklarını da aynı oranda yerine getirmeye çalıştıklarından dolayı işini fazla büyütmeyi düşünmemektedirler (Top, 2006:23). Geleneksel kadın girişimciler genellikle konuk evi, bakım hizmeti, restoran, yemek firması ve güzellik merkezlerine sahip olmaktadır.

Yenilikçi Kadın Girişimciler:

Girişimcilik ideallerini cinsiyet rollerinin üstünde tutan bu tip kadın girişimciler, ideallerine bağlıdır ve işlerini büyütmek, yüksek kar elde etmek için uğraşmaktadırlar (Ay ve Koca, 2013:69). Ekonomik bağımsızlıklarına düşkün yüksek düzeyde eğitim almış bu tip kadın girişimciler genellikle pazar araştırmaları, reklam, halkla ilişkiler ve basın işlerinde faaliyet göstermektedirler.

Evcil (Domestik) Kadın Girişimciler:

Geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan bu tip kadın girişimciler, ideallerine sınırlı olarak bağlılık duyarlar ve kadınlık rollerine daha sıkı bağlıdırlar. Geleneksel kadın girişimciler bu gruptaki kadın girişimcilere nazaran daha fazla ideallerini önemserler. Ana merkezin eş, çocuk ve ailesi olmasından kaynaklı kadının evini yönetme ve çocuklarına bakıcılık rolleri dolayısıyla çocuk sayısı arttıkça girişimde bulunmaktan kaçınmaktadırlar. Bu gruptaki kadınlar müşterilerle sitemli bir şekilde, kısa vadeli olmayan ve küçük ölçekli işler geliştirmeye uygun girişimlerde bulunurlar (Top, 2006:23).

Radikal Kadın Girişimciler:

Radikal kadın girişimciler hem ideallerine hem de cinsiyet rollerine karşı düşük derecede bağlılık göstermektedirler. Bu gruptaki kişiler, iş-aile dengesini kurmanın yanı sıra kadınsı kişilik özelliklerini baskın bir şekilde gösteren kadınlardır ve kadın hareketiyle ilgili basın, yayın, perakende satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat gibi farklı alanlarda faaliyet göstermektedirler (Hancı, 2004:37). Bu tip kadın girişimciler çoğunlukla ekonomik durumu yüksek bireylerdir. Kendilerini feminist ideolojiyle iş faaliyetlerini bağdaştırarak diğer kadınlara hizmet veren ortaklaşa mücadelenin bir parçası olarak göstermektedir. Eğer kadınlar evlilerse, işler, eşler arasında eşit bir şekilde yürütülmektedir (Erdun, 2011:32).

Carter ve Cannon 1992 yılında, Goffe ve Scase'in yaptıkları çalışmayı eleştirmiş ve kadın girişimci tiplerini bir başka sınıflandırma yaparak belirlemişlerdir. Kadın girişimcilerin davranışlarını ve geçmiş deneyimlerinin girişimcilik sürecinde sağladığı değişikliklere değinilmediği için Londra'da kendi iş yerine sahip 60 kadın girişimci üzerinde bir çalışma yapmışlardır. Carter ve Cannon bu çalışmada, kadın girişimcilerin davranış ve motivasyonlarının bir faktör olduğunu öne sürmüş ve girişime başlarken arzuların ve bu faktörlerin yarattığı değişimden kaynaklandığını belirten ideal kadın girişimci tipini beş farklı boyutta incelemiştir. Bunlar;

- Aranma: Genellikle genç olup ekonomik ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan kadınlar,
- İlham verme: Aldıkları eğitim ve tecrübeleri doğrultusunda girişimlerde bulunan eğitimli kadınlar,

- Kazananlar: Bir üst kategorideki kadınlardan daha yaşlı ve iş tecrübeleri daha fazla olan kadınlar,
- Geri dönenler: Kariyerine bir müddet ara verdikten sonra kendi işini kurarak tekrar ekonomik faaliyetlere dönen kadınlar,
- Gelenekseller: 45 yaş ve üzerinde olup aile işletmesinde çalışan kadınlar(Ay ve Koca, 2013:71)

Son olarak Kumar'ın 2011'de Hindistan'daki kadın girişimciler üzerine yaptığı çalışmaya göre, kadın girişimciler; varlıklılar, ekonomik özgürlük arayanlar, girişimciliğe itilenler, kendi işini yaratanlar ve kırsal girişimciler olmak üzere kadın girişimci tipleri beş farklı boyutta incelenmiştir (Ay ve Koca, 2013: 72);

Varlıklı girişimciler:

Gelir kaynağını sahip olduğu ailesi tarafından elde eden bu gruptaki kadın girişimciler zengin ailelerde yetişmişlerdir. Çoğunluğunu toplumun zengin sınıfında yer alan ailelerin kızları, gelinleri veya kuzenleri oluşturmaktadır. Aileleri tarafından da desteklenen bu kadınlar genellikle güzellik salonları, ev dekorasyonu, yayıncılık, film dağıtım ve benzer sektörlerde girişimcilik faaliyetleri göstermektedirler.

Ekonomik özgürlük arayan girişimciler:

Büyük kentlerde yaşayıp yeni faaliyetlerle kendini gösterme çabasında olan bu gruptaki kadın girişimciler için en temel amaç ekonomik özgürlüktür. İyi bir eğitim geçmişine sahip olmalarına rağmen bu tip kadın girişimciler anaokulları, öğrenci taşıma, restoran işletmeciliği ve alışveriş marketleri gibi düşük risk getirisi olan işletmelerde faaliyet göstermektedirler.

Girişimciliğe itilenler:

Karşılaştıkları finansal zorlukların üstesinden gelme amacı güden bu gruptaki kadın girişimciler ya var olan işlerini büyütmek ya da yeni iş kollarından gelir elde etmek için girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Bu tip kadın girişimciler kendi istek ve taleplerinin yanı sıra genellikle yetersiz olan parasal durumları iyileştirme çabasından kaynaklı girişimciliğe karşı ilgi duymaktadırlar.

Kendi işini yaratanlar:

Genelde köy ve kasabalarda yaşayan bu gruptaki kadınların maddi geliri düşüktür ve sadece yaşamını sürdürebilmek için kendi işlerini yapmak zorunda kalan, Hindistan’da da “kendi işini yaratan girişimciler” olarak bilinen kadın girişimcilerdir. Çalı süpürgesi, mum, iş yerlerine çay ve kahve servisi, elbise veya diğer türden giysileri ütüleme, söküklere dikme ile girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadır.

Kırsal girişimciler:

Özellikle köy ve kasabalarda yaşayan bu gruptaki kadınlar; süt ve süt mamulleri, turşu yapımı, meyve suyu hazırlama gibi düşük gelirli işleri üstlenerek örgütlenme becerisine ihtiyaç duymadan düşük risk getirisi olan alanlarda faaliyet göstermektedirler.

1.5.4. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Literatürde birçok çalışma, kadın ve erkek bireylerin girişimcilik sürecinde farklılıklar yaşadığını ortaya çıkarmaktadır. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki belirgin farklılıklar aşağıdaki Tablo 6’da verilmiştir;

Tablo.5. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Belirgin Farklılıklar

	KADIN	ERKEK
İş Kurma Eğilimi	Düşük	Yüksek
Sektör (çeşitliliği)	Hizmet (Sınırlı)	Sanayi, İnşaat (Sınırsız)
Girişime Başlama Nedenleri	Kendini ispatlama, Ekonomik	Hâkim olma, Güç kazanma
Güdüler	Başarı, Bağımsızlık	Güvenlik, geleceği garantileme
Finans Kaynakları	Biçimsel Olmayan	Biçimsel
Destek Grupları	Aile, Akraba, Arkadaş	Avukat, Muhasebeci, Arkadaş
Ticari Eğitim	Yeter Değil	Yeterli
Mesleki Geçmiş	Kısa	Uzun
Girişime Başlama Yaşı	Orta yaşlar	Genç yaşlar
İş-Aile Dengesi	Zor	Zor Değil

(Kaynak: Kutanis ve Karakira, 2013 : 21)

Öncelikle kadınlar erkek girişimcilere oranla daha az sektörde faaliyet gösterip iş kurma eğilimleri daha düşük olan bireylerdir. Erkek girişimcilerden farklı güdülere sahip olan kadınların girişime başlama nedenleri iten ve çeken faktörler aracılığıyla olmaktadır. Kadın ve erkek girişimciler arasında fark yaratan bir diğer konu finans kaynaklarıdır. Erkek girişimciler kişisel birikimlerinin yanı sıra girişimciler daha çok kişisel birikimlerini kullanmakta ya da eş veya arkadaşlarının finansal sıra gerek yatırımcı gerekse de kredi başvurusu gibi kaynak sağlamada sıkıntı yaşamazken kadın desteğine başvurmaktadır. Kadın ve erkek girişimcilerin farklılaştığı başka bir nokta da, kadınların erkeklere göre daha az deneyim sahibi olmaları ya da daha önce farklı sektörlerde istihdam edilmiş olmalarından dolayı girişimleri esnasında eğitime ihtiyaç duymuş olmalarıdır. Destek grupları açısından ele alındığında ise, genellikle avukat, muhasebeci gibi profesyonel yakınları ve eşleri olan erkek girişimcilere

oranla kadın girişimcilerin daha çok yakın arkadaşları, aileleri, profesyonel meslekteki kadın grupları ve ticaret kuruluşları tarafından desteklendiği görülmektedir. Özellikle evli ve çocuklu kadın girişimciler, hem iş hem de ailedeki sorumluluklarını eşit ölçüde yerine getirmeye çalışırken iş-aile dengesi kurmakta zorluk yaşamaktadır ve bu yönüyle ailevi sorumlulukları kadınlardan daha az olan erkek girişimciler ile farklılaşmaktadır (Kutanis ve Karakira, 2013:18-21).

Kutanis'in 2005 yılında 382'si kadın ve 418'i erkek olmak üzere toplam 800 girişimci üzerine yaptığı çalışmaya göre, kadın ve erkek girişimciler arasında demografik faktörlerden kaynaklı farklılıklar olduğu ortaya çıkmaktadır. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki demografik farklılıklar aşağıdaki Tablo 7'de belirtildiği gibidir;

Tablo.6. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Demografik Özellikleri

KADIN	ERKEK
Evli-Bekar	Evli
Çocuksuz-Az çocuklu	Çok çocuklu
Mesleki geçmişi az	Mesleki geçmişi çok
Eğitim seviyesi yüksek	Eğitim seviyesi orta ve yüksek
Bağımsız işletme	Aile işletmesi ve bağımsız işletme
Aile teşviki ile kurulmuş	Aile teşviki / Önceki işten hoşnutsuzluk / arkadaş etkisi
Haftada 40+saat çalışma	Haftada 50+ saat çalışma
Aylık kazanç orta seviyede	Aylık kazanç orta ve yüksek seviyede
Yanında çalışan sayısı orta	Yanında çalışan sayısı orta ve yüksek
Aileleri girişimci/Üst düzey memur/ Yönetici	Aileleri girişimci
Tek sahip	Tek sahip /Ortak
Önceden ev hanımı/Özel sektör çalışanı	Önceden özel sektör çalışanı
Tecrübe 1-9 yıl	Tecrübe 10-19 yıl

(Kaynak: Kutanis, 2005 : 680)

Kadın girişimcilerin mesleki geçmişlerinin erkek girişimcilerden daha az olduğu araştırma sonucunda, bu bulguya istinaden erkek girişimciler daha erken yaşta girişimcilik faaliyetinde bulunurken kadın girişimciler eğitimlerini tamamladıktan sonra evlilik ve çocuk sahibi olma gibi süreçlerden geçmektedirler. Bu sebeple girişimciliğe daha geç başlamakta ve daha az deneyim sahip olmaktadır. Haftalık çalışma süreleri ve kazançları değerlendirildiğinde, kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden daha az süre işe vakit ayırdıkları ve buna paralel olarak da kazançlarının daha düşük olduğu ortaya çıkmaktadır. Erkek girişimciler pek çok farklı sektörlerde faaliyet gösterirken kadın girişimciler, belirli sektörlerde genellikle de daha küçük ve büyüme eğilimleri düşük olan işletmelerde faaliyet göstermektedir. Araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin çoğunluğu aileden bağımsız işletmeler kurmuştur. Bu durum kadın girişimcilerin, hem kurulu aile işletmesini yöneten hem de bağımsız işletme kuran erkek girişimcilere oranla iş kurarken risk alma potansiyellerinin daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Girişimci olmadan önce daha çok özel sektörde çalışan erkek girişimcilerin yanı sıra kadın girişimciler daha çok ev hanımlığı yaptıklarını ya da özel sektörde çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bu bulgu kadın girişimcilerin, ev ekonomisine katkıda bulunmak ya da özel sektörde yaşadığı sıkıntılardan kurtulmak amacı ile girişimcilik faaliyetinde bulundukları iddiasını doğrular niteliktedir.

Kadın girişimciler ile erkek girişimciler arasındaki farklılıkların ortaya çıkma sebebinin her iki cinsiyet için yapısal (içgüdüsel) ve düşünsel özelliklerinin birbirinden farklı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aynı zamanda bu durumun tamamen beynin çalışma ilkelerinin kadınlarda farklı dışavurumdan kaynaklandığı da varsayılmaktadır. Wonder ve Donovan (2005) çalışmasında, daha erkeksi düşünce kalıpları ve yetenekleri içeren beynin sol kısmının egemen yarım küre, dişil temelleri içeren sağ kısmının da buyurgan olmayan yarım küre olduğunu belirtmişlerdir. Bu doğrultuda beynin sol ve sağ kısımlarının özellikleri aşağıdaki Tablo 7’de gösterilmektedir;

Tablo. 7. Beynin Sol ve Sağ Bölümleri

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

(Kaynak: Wonder ve Donovan, 1984: 25-29; İltter, 2008:71-72)

Genellikle beynin sol bölümünü kullanan çalışma hayatındaki kadınlar, hem erkek hem de kadınlar için başarının anahtarı olan beynin sağ bölümünde sahip oldukları gücü kullanmayarak liderliğin daha yumuşak ve kadınsı yanını geliştirmemektedirler. Ne yazık ki iş dünyasında, dişiliğe dayalı yeteneklerin önemini ve gücünü kullanarak başarıya ulaşmış kadın çok fazla sayıda bulunmamaktadır.

Tablo.8. 1988-2009 yılları arasında Türkiye’deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı

Yıllar	Girişimci Kadın	Girişimci Erkek	Kadın Girişimci Oranı (%)
2009	80.000	1.200.000	6,25
2008	77.000	1.172.000	6,16
2007	75.000	1.114.000	6,31
2006	69.000	1.132.000	5,75
2005	51.000	1.081.000	4,51
2004	49.000	971.000	4,80
2003	42.000	1.010.000	3,99
2002	61.000	1.125.000	5,14
2001	40.000	1.100.000	3,51
2000	43.000	1.066.000	3,88
1999	38.000	1.093.000	3,36

1998	46.000	1.229.000	3,61
1997	46.000	1.082.000	4,08
1996	39.000	1.126.000	3,35
1995	40.000	1.072.000	3,60
1994	25.000	1.074.000	2,27
1993	25.000	1.066.000	2,29
1992	28.000	1.017.000	2,68
1991	22.000	945.000	2,28
1990	22.000	810.000	2,64
1989	14.000	613.000	2,23
1988	13.000	616.000	2,07

Kaynak: TÜİK''den yararlanılarak hazırlanmıştır.

Tablo.9’ da kadın ve erkek bireylerin yıllar itibarıyla girişimde bulunma sayılarını verilmektedir. 1988 yılında kadın girişimci sayısı 13.000 iken aynı yılda erkek girişimci sayısı 616.000 olarak tespit edilmiştir. Kadın emeğinin ücrete dönüştüğü 1980’li yıllar, kadın girişimciliğinin dile getirildiği dönemler olarak literatürde görülmektedir. 1995 yılında önemli bir artış göstererek 40.000 olan kadın girişimci sayısının 1.072.000 olan erkek girişimci sayısına oranla ne yazık ki çok daha az olduğu ortaya çıkmaktadır. 2002 yılına kadar artış ve azalış göstererek ilerleyen kadın girişimci sayısı 61.000 ‘e ulaşmış ve erkek girişimci sayısı ile kıyaslandığında kadın girişimci oranının 5,14’e yükselerek daha önceki yıllara nazaran oldukça fazla olduğu söylenebilir. 2009 yılında ise bu oran 6,45’e yükselmiştir ancak başlangıçta 2,07 olan kadın girişimci oranı ele alındığında geçen yirmi yıl içerisinde ülkemizdeki kadın girişimcilik kültürünün yeterli ölçüde gelişmemiş olduğunu göstermektedir.

Tablo.9. 2010-2016 yılları arasında Türkiye’deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı

	Girişimcilik oranı Türkiye	Girişimcilik oranı Erkek	Girişimcilik oranı Kadın
2013-2016	15,6	22,2	8,7
2010-2012	10,9	15,8	5,9

Kaynak: Karadeniz, 2016, GEM raporu.

Tablo.10 incelendiğinde, 2010 yılından itibaren kadın girişimcilerin sayısında önemli oranda bir artış olduğu görülmektedir. 2010-2012 yılları arasında, kadın girişimci oranı 5,9 iken, bu oran 2013-2016 yılları arasında %8,7’ye çıkmaktadır. Yaklaşık 6 yılda ortaya çıkan bu artış, erkek girişimcilerde de aynı şekilde gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, girişimcilik faaliyetinde bulunan erkek ve kadın oranı karşılaştırıldığında önemli ölçüde bir farklılık olmadığı ortaya çıkmaktadır.

1.5.5. Kadın Girişimciliğini Etkileyen Faktörler

Girişimcilikte bireyin yetenek ve isteklerinin farklı olmasının yanı sıra motivasyon düzeyi ve motivasyon faktörleri de farklılık göstermektedir. Literatürde bulunan girişimcilik motivasyonunu içeren çalışmalar genellikle girişimcilik sürecinin sonrasını kapsamaktadır ve bu çalışmalar incelendiğinde girişimcilik niyetini şekillendiren motivasyon faktörlerinin ortak alanlarının bulunduğu çok fazla farklılık olmadığı ortaya çıkmaktadır. Motivasyon faktörlerini iten-çeken yaklaşımıyla değerlendirmek, en çok kullanılan yöntemlerden biridir (Buttner ve Moore, 1997). Başka alternatif olmadığı için bireyleri girişimciliğe zorlayan, olumsuz şartları belirten faktörler iten, özerklik gibi girişimciliği cazip kılan olumlu şartları belirten faktörler çeken olarak nitelendirilebilir. Bağımsızlık, onay alma ve kendini geliştirme ihtiyacı, kendini gerçekleştirme, özerklik, finansal başarı, refah seviyesinin artırılma arzusu, tanınma, örnek aldığı kişileri izleme, iş ve özel yaşamını dengede tutma gibi etkenleri çeken faktörler, iş tatminsizliği, algılanan ayrımcılık, terfi edilmeme, ücret memnuniyetsizliği, işsizlik gibi etkenleri de iten faktörler olarak belirtmek mümkündür (Özdemir, 2010:120).

Bireyin motivasyonunun cinsiyete göre değişkenlik gösterip göstermediğini araştıran çalışmalar doğrultusunda kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon faktörlerinin farklılık gösterdiği söylenebilir. Toplumun kadına bakış açısı ve çalışma ortamında karşılaştığı birtakım zorluklar kadınların girişimci olma nedenlerinin erkek girişimci adaylarından farklı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Üstelik kadın evli ve ocuk sahibi ise kadının sorumlulukları daha fazla olmakla birlikte iş hayatındaki yoğunluğa ayak uydurmada zorlanmaktadır. Bireyin iş ve özel hayatındaki rolleri ile eşit ölçüde meşgul ve tatmin olması anlamına gelen iş-yaşam dengesi, kadın girişimcilerin iş hayatı dışındaki sorumluluklar ile çalışma ortamının gereksinimlerini giderebilmesi kadının işe bağlılığını ve motivasyonunu olumlu yönde etkilemektedir (Oyuryüz ve Gürel, 2015,53).

DeMartino ve Barbato 2002'deki çalışmalarında, kadın ve erkek girişimciler üzerinde aynı faktörler açısından değerlendirme yapmıştır. Araştırma sonucuna göre kadınlar girişimci olma nedenlerini sırasıyla; esnek çalışma şartları, aile ile daha çok ilgilenilebilme ve bunun zorunluluğunda olma, profesyonel kariyerinde değişme kaydetmek, servet yaratmak olarak belirlerken erkeklerin sıralamanın tam tersi yanıtlar verdiği tespit edilmiştir (Başol, 2010:60). Kadınların çoğunluğu iş ve aile hayatı arasında denge kurabilmek için girişimci olmayı istemektedirler. Kendi işletmelerini kuran kadınlar; esnek zaman planları, iş sürekliliği veya yaşam tarzlarını yansıttığını düşündüklerinden dolayı, elde ettikleri kar oranı az olsa bile girişimci olmayı tercih etmektedirler.

Kadınların iş kurma nedenlerine bakıldığında “itici ve çekici” faktörlerin önemli rol oynadığı söylenebilir. Yalnızca kadınları içeren son çalışmalarda, işe başlamada kadınları motive eden faktörlerin ya “itici” yani olumsuz koşulardan dolayı yada“ekici” yani olumlu fırsatların sebep olduğu görölmektedir. Bireyin uzun süre işsiz kalması, ailenin girişimciliği desteklemesi, iş yaşamında yaşanan tatminsizlik ve cam tavan engeli gibi olumsuz etkenler nedeniyle girişimciliğe yönelmesi girişimci tipi olarak bahsedilen itici faktörlerdir (Agarwal, 2004 ; Aktaran: Batı ve İnel , 2015 : 106). Bağımsızlık ve kendini gerçekleştirme isteği, kendi işinin patronu olma, iş-aile yaşamı dengesini kurma isteği gibi pozitif etkenler sebebiyle kadınların girişimciliğe yönelmesi çekici faktörlerdir (Hisrich ve Brush, 1989; Aktaran: Yetim, 2008:81).

Kadınları girişimciliğe itici faktörler; ekonomik zorunluluk, aile gelirin yetersiz kalması veya ek gelire ihtiyaç duyulması, ailede birinin ölümü veya boşanma gibi aile yapısı ve aile içi olaylar, kabul edilemez çalışma şartları, kadın ve erkek çalışanlar arasındaki maaş farklılığı gelir eşitsizliği, mesleki ayırım, cam tavan sendromu, terfideki engellemelerin sebebiyle işteki hayal kırıklığı gibi nedenlerdir (Ertürk, 2016:138).

Kadınları girişimciliğe iten bir diğer neden ise hükümetler tarafından kadınların bölge ekonomisini kalkındırmada önemli bir aktör olarak görülmesi politikasıdır. Bu politikada öncelikle bölgesel aktörler içerisinde yer alan potansiyel kadın girişimcilerin yönlendirilme, teşvik edilme ve güçlendirilme durumları öngörülmektedir. Bu bağlamda bilhassa kırsal alanda ekonomik faaliyetlerde yeterince yer alamayan kadınların mikro finansman yöntemi ile gelir elde etmelerine yardımcı olma amacı güdülmektedir. Çünkü iş hayatında erkeklere oranla kadınların yeterli öz sermayeye sahip olmadığı veya başlangıç için gerekli finansmana ulaşamadığı bir görülmektedir (Soysal, 2010:91).

Kadınları girişimciliğe çekici faktörler; yaşam memnuniyetini artırma potansiyeli, bağımsızlık, başarı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kendi patronu olma ve kendi hayatını kontrol etme arzusu, pazar fırsatı, hırs, deneyim, bir faaliyet alanına duyulan ilgi, sosyal hedefler, esnek çalışma saatlerine duyulan ihtiyaç, kendisi veya ailesi için daha fazla mali bağımsızlık ve gelir elde etme arzusu, kişisel gelişim ve işten tatmin olma arzusu, kendi kaderini kontrol etme isteği gibi nedenlerdir (Keskin, 2014:74).

Girişimcilikte motivasyon arasındaki ilişkiye bakıldığında, itici ve çekici motivasyon faktörlerinin girişimcinin başarısında bir etken olduğu ortaya çıkmaktadır. Literatürdeki araştırmalar, bireyi girişimci olmaya çeken faktörlerden kaynaklı girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin itici faktörlerden kaynaklı girişimci olmaya karar veren kişilerden daha başarılı oldukları ortaya çıkmaktadır (Özdemir, 2010: 120).

1.5.6. Kadın Girişimciliği Kuruluşları

Toplumsal ihtiyaçların karşılanması ve toplumsal sorunları çözme zorunluluğu, bir toplumdaki veya bir gruptaki bireylerin diğer insanlarla işbirliği yapma gereksinimini

beraberinde getirmektedir. Bu gereksinim doğrultusunda toplumsal örgütler meydana gelmiştir. Toplumların var oluşundan günümüze kadar süregelen örgütlenme toplumsal bir olgudur ve toplumdaki tüm birimler örgüt niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesi için de gerekli olan; kurumların dışında ve onlardan bağımsız, politik, sosyal, kültürel, hukukî ve çevresel amaçları doğrultusunda ortak çıkarla çalışmalar yaparak ikna ve eylemlerle çalışan, gönüllü üyeleri ve çalışanları ile kâr amacı gütmeyen sivil toplum örgütleri bulunmaktadır. Örgütsüz bir yapılanma ile gerçekçi ve amaca yönelik faaliyetlerde bulunma zorluğu hem dünyada hem de ülke bazında kadınların liderlik gelişimine katkıda bulunarak kadın örgütlerinin giderek büyümesini sağlamıştır (Karadal ve Çelik, 2013:159).

Gerek dünyada gerekse de ülkemiz genelinde kadınların erkeklerden çok daha sonra başladığı girişimcilik faaliyetlerinde cinsiyet faktörünün yadsınamaz derecede önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu bağlamda ilk olarak, AB'ye üye olan ülkeler tarafından imzalanan Müktesebat, kadın insan hakları ve kadın-erkek eşitliğine ilişkin düzenlemelerde bulunmuştur. Birlik "Gender main streaming" kavramı ile eşitsizliklerin son bulmasını ve kadın-erkek eşitliğinin teşvik edilmesini tüm aktivitelerinde vurgulamaktadır. Birliğin asıl amacı olan kadın-erkek eşitliğinin sağlanması belirtilerek bu kavram, Türkçe literatürde "bütün politika ve yaklaşımlara toplumsal cinsiyet boyutunun yerleştirilmesi" olarak görülmektedir. 1992 yılında hazırlanan Maastricht Antlaşması'nda yer alan eski Sosyal Politikaya ilişkin Protokolü, çalışan kadınların hak ve düzenlemelerinin genişlenmesinde koruyucu rol üstlenmiştir. Bu protokole, 1997 yılında Amsterdam Antlaşması ile istihdama ilişkin düzenlemeler getirilmiş ve kadınlara fırsat eşitliğinin sağlanmasının gereken bir zorunluluk olduğu AB üye devletleri tarafından vurgulanmıştır. Türkiye ve Ab üyeliği olmayan diğer aday ülkeler için bu durum değerlendirildiğinde ise, üyelik sürecine uyum kriterleri içerisinde yer aldığı için cinsiyet ayrımcılığını önleyici ve yasaklayıcı düzenlemeler ayrı önem arz etmektedir. AB destekli Avrupa Komisyonu İşletmeler Genel Müdürlüğünün yürüttüğü "Kadın Girişimcilik Elçileri" projesi ve bu projenin tamamlayıcısı olarak görülen "Avrupa Kadın Girişimciler için Mentor Ağı" projesi de kadın girişimciliğine teşvik ederek kadın girişimciliğine özendirme ve kadın girişimci sayısında artış sağlama amacı gütmektedir (Mangır, 2016:201-203).

Türkiye’de ise ilk olarak 1992 yılında İstanbul Belediyesi Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı Hollanda Başkonsolosluğuyla birlikte ‘Kadınların Ekonomik Bağımsızlığı için Geleneksel Olmayan İş Kollarının Desteklenmesi’ sempozyumunu düzenlenmiştir. Bu sempozyum ile birlikte Türkiye’deki kadın girişimciliği toplumun yanı sıra kadınların da ilgi alanına girerek dikkat çekmeye başlamıştır. Hem kendisine gelir sağlayarak kendi ekonomik özgürlüklerini elde etmesi hem de yanında çalıştırdığı birçok kişiye iş imkanı sağlayarak yeni istihdam yaratması sebebiyle kadın girişimciliği, dünyada ve Türkiye’de başta devlet olmak üzere birçok kurum ve kuruluş tarafınca destek görmeye başlanmıştır (Kızılaslan ve Karaömer, 2015:372)

Türkiye’de kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik ilgi ve etkinliklerinde artış 1990’lı yıllardan sonra ortaya çıkmaktadır. Bu durum girişimcilikte politika, program ve etkinliklerin hızlı bir şekilde yaygınlaşmasını sağlamıştır. Ecevit (2007), devletin kadın girişimciliğine yönelik politikaları, kadın girişimcileri özendirici ve destekleyici hükümet ve kamu kuruluşları, devlet ve sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülen faaliyetlerin hedef kitleleri, son yıllarda uygulanan projeler ve coğrafi dağılımları, uluslararası kuruluşların rolünü tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada, Türkiye’de ve dünyada girişimciliği geliştirmeye yönelik faaliyetlerde bulunan kurum ve kuruluşları aşağıdaki gibi belirlemiştir;

- Başbakanlık, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM); Kalkınma Sürecine Kadınların Katılımlarını Geliştirme Projesi, Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi ve Küçük Girişimcilik Projesi .
- Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Küçük ve Orta Sanayi Geliştirme İdaresi (KOSGEB)
- Milli Eğitim Bakanlığı, Kız Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
- Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü

- Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) ;Güneydoğu Anadolu Projesi-Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (GAP-ÇATOM) ve Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme Merkezleri:(GAP-GİDEM)
- Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)
- Bankalar; Vakıfbank, Ziraat Bankası, Halk Bankası

Uluslararası Kuruluşlar

- Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (BMKP-UNDP)
- Birleşmiş Milletler Sınâ Kalkınma Örgütü (BMSKÖ-UNIDO)
- Avrupa Birliği (AB-EU)
- Dünya Bankası (DB-WB)
- Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ-ILO)

Kadın Girişimciliği İle İlgili Yapılan Çalışmalar

- Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)
- Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)
- Küçük ve Orta Sanayi Geliştirme İdaresi (KOSGEB); Geliştirme Merkezleri, Genel girişimcilik eğitimi, Küçük ve Orta Boy İşletmeler Programı Danışmanlık ve Destek Hizmetleri Çerçevesinde Sağlanan Hizmetler ve Beykoz Projesi
- Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP)
- Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme Merkezleri (GAP-GİDEM) ; Kadın Girişimciliği Penceresi ve Kadın Girişimciliği Projesi
- Güneydoğu Anadolu Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (GAP-ÇATOM)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ; Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)
- Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ; Kadın Girişimciler İş Geliştirme Merkezi (İnkübakör projesi), Kadından Kadına Köprü Projesi, Su

Damlası Projesi, UNDP ve GAP-GİDEM ile Kadın Girişimciliği Programı ve 'Kadın İşbaşında' Koalisyonu

- Kadın Emeğini Destekleme Vakfı (KEDV); İş, ürün ve yeni üretim becerileri geliştirme etkinlikleri ve Finansal Hizmetler (Mikro Kredi Programı, Tasarruf Grupları ve Çocuk Bakımı ve Eğitimini Hedefleyen Kadın Gruplarına Hibe Programı
- Çağdaş Kadın ve Gençlik Vakfı (ÇKGV); 'Kadınlar için Kadınlar' Projesi
- Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV)
- Türk Grameen Mikro kredi Projesi- Projesi
- Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV) ; 'Kendi İşini Kur' Eğitimi ve Girişimciliği Geliştirme Fonu
- Kadın Merkezi (KAMER)
- Kibele Kooperatifi
- Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Denizli Şubesi, Hanımeller Kooperatifi
- Karaburun Agro Turizm Kadın Kooperatifi: Ev Pansiyonculuğu
- Diyarbakır Bağlar Kadın Kooperatifi
- HAK-YAD (Hanımlar Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı)-Diyarbakır
- SELİS (Diyarbakır)

Türkiye'de kadın girişimciliğin desteklenmesine yönelik çalışmalar henüz yapılmaya başlamıştır. Bu sebeple özendirici ve teşvik edici uygulamaların da devam ettiği Türkiye'de önemli bazı kurumlar hakkında detaylı bilgi aşağıda verilmiştir.

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)

İlk olarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı bünyesinde 1990 yılında oluşturulan KSGM, 1991 yılında Devlet Bakanlığı'na bünyesine alınmış ve günümüzde Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bünyesinde yer almaktadır. Türkiye'de kadınların genel eğitim seviyesinin yükseltilmesi, kadınların tarım, sanayi ve hizmetler alanındaki faaliyet katılımlarının artış göstermesi, sağlık, sosyal güvenlik ve hukuk alanlarında güvenliklerinin sağlanması, toplumsal, ekonomik, kültürel ve

siyasal alanlarda eşit şartlarda olmasını içeren politikaların geliştirilerek uygulanmasını görev edinmiştir.

1992 yılında “Kalkınma Sürecine Kadınların Katılımlarını Geliştirme Projesi”ni başlatmış ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından ortak bir şekilde yürütmüştür. Sivil toplum kuruluşlarının kadınların kalkınma süreçlerine dahil olma çabalarını destekleyerek kadınlara yönelik ulusal bir mekanizma olarak kurumsal alanda geliştirilmesini hedeflemiştir.

1993 yılında finansmanı Dünya Bankası ile Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti arasında sağlanacak ve 2000 yılına kadar sürecek olan “Kadın İstihdamının Geliştirilmesi Projesi” imzalanmıştır. Bu projenin asıl amacı, geleneğe dayalı olarak erkeklerin hakim olduğu iş alanlarının yanı sıra bütün sektörler ve mesleklerde; kadınlara daha iyi iş ve meslek imkanlarının sunulmasını sağlayacak politikaların ortaya çıkarılması için gerekli bilgi ve verileri toplamak, araştırmak ve bunları yaygın bir hale getirmek olmuştur.

1995–1996 yılları arasında dokuz ay süren ve finansmanı Dünya Bankası vasıtasıyla aktarılan Japon Hibe Fonu tarafınca sağlanan “Küçük Girişimcilik Projesi” ile Ankara, İstanbul, Çorum, Denizli, Muğla, Urfa ve Gaziantep illerinde alan araştırmaları yapılmıştır. Bankacılık sektörü ve kredi politikalarının kadın girişimci yönü ve kadınların destekleyen kuruluşların ekonomik katkı ve hizmetleri değerlendirilmiştir (Ecevit, 2007: 1-3).

2012 yılında başlayıp 2017 de tamamlanan “Kadınların Ekonomik Fırsatlara Erişiminin Artırılması Projesi” kadınların; daha iyi şartlarda iş bulmalarını, işgücü piyasasına dahil olmalarını ve girişimciliklerinde artış sağlayacak öğelerin neler olduğu tespit edilmesi, bu alanda kadınların hangi sorunlarla karşılaştığının belirlenmesi, bu sorunların giderilmesine yönelik politikaların oluşturulması ve somut çözüm önerilerinin geliştirilmesi amacıyla yapılmıştır.

2018 yılında başlayıp 2023 yılında bitmesi planlanan KSGM tarafından yürütülen “Kadının Güçlenmesi Strateji Belgesi Ve Eylem Planı” kadının güçlenmesi konusunda hazırlanan ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması amacıyla düzenlenen kapsamlı bir eylem planıdır. Beş ana eksenle oluşturulan çalışmaların yürütülmesi sürecinin başarısı, ilgili bakanlık ve kamu kurumları, yerel yönetimleri,

üniversiteleri, sivil toplum kuruluşları, meslek kuruluşları ve özel sektörün desteği, sorumluluğu ve işbirliği ile gerçekleştirileceği belirtilmektedir.

Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)

Türkiye İş Kurumunun, 2004-2006 yılları arasında “Aktif İşgücü Piyasası Yeni Fırsat Penceresi Projesi ile kapsamında kadınlara yönelik uyguladığı projeler detaylı bir şekilde aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo.10. İŞKUR 2004-2006 yılları Kadına Yönelik Uyguladığı Projeler

Proje Yeri	Yararlanıcının resmi adı	Proje başlığı
ADANA	Teknik Eğitim Vakfı Adana Şubesi	Süs Bitkileri Yetiştirme Eğitimi
ANKARA	Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği, Ümitköy Şubesi	Ümitköy'den Sincan'a – Çağdaş Yaşam için Kadınların Eğitimi
	Kadın ve Gençlik Platformu Derneği	Mücevher Tasarımı ve İş Eğitim Merkezi Projesi
ANTALYA	Burdur Belediyesi	Burdur'da el Sanatları Ürünlerini Geliştirme (Alaca Dokuma)
	Karaman İl Özel İdaresi	Doğal Boyayla Halı Dokuma Projesi
	Isparta Ticaret ve Sanayi Odası	Isparta Kilim Dokuma, Pazarlama ve Destek Projesi
İSTANBUL	Yalova Belediyesi	El örgüsü Ürünler ve Pazarlama Eğitimi
	Ulaşılabilir Yaşam Örgütü	Risk Altındaki Kesimlerin Kentsel Tarım Yoluyla İstihdamı ve Gıda Güvenliğinin Sağlanması
	Kadın Girişimciler Derneği	KGV Su Damlası Projesi
	Çağdaş Eğitim Vakfı	Sevgiyle Kucaklama
	İnsan Kaynaklarını Geliştirme Vakfı	İhsaniye'de Tarımsal İstihdam ve Kalkınma
İZMİR	Sivil Örgütler Uyum Derneği	Doğal ve Kültürel Miras Bağlamında Kırsal Kadınlar için Sürdürülebilir Geçim
	Manisa Belediyesi	Kadının Statüsünün Geliştirilmesi ve işgücü Piyasasına Katılımlarının Artırılması Projesi
	Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma	Kilim (kilimcilik) Dokuyuculuğu

MALATYA	Genel Müdürlüğü –Keban İlçesi	Eğitimi
	Sivas Ticaret ve Sanayi Odası	Kadınların ve Genç Girişimcilerin Desteklenmesi
	Türkiye Aile Planlaması Derneği	Estetik Eğitimi Merkezleri Aracılığıyla Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesi
TRABZON	Kelkit Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı	Kadın İstihdamının Artırılması
	Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi	Eurepgap Odaklı Meyvecilik Eğitimi
	TEMA Vakfı	Artvin'deki İşsizlere Arıcılık ve Bal Üretimi Eğitimi Yoluyla İstihdam Yaratılması
	Uluslararası Mavi Ay İnsani Yardım ve Kalkınma Vakfı	Arıcılık Eğitimi Projesi
	Bayburt İl Özel İdaresi	Ehram Dokumacılığı Eğitimi

Türkiye İşgücü Değişim Personeli; Ecevit, 2007.

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

KOSGEB, KOBİ ve girişimcilerin rekabet ortamında güç kazanmaları için destek ve hizmetler sunarak ekonomik ve sosyal kalkınmadaki varlıklarını artırmak amacıyla kurulmuştur. Bu bağlamda özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri desteklemektedir. Yenilikçi, teknolojik ve katma değeri yüksek bir ürün üreten, bu ürünü uluslar arası pazarlara taşımak isteyen ve ihracat odaklı çalışan KOBİ'lere öncelik tanımak şartı ile destek programlarından biri olan “Girişimcilik Destek Programları” uygulamaktadır. Bu programın amacı, ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümünün ana faktörü olan girişimciliğin desteklenerek yaygın hale getirilmesi ve başarı sonucu veren işletmelerin kurulmasını sağlamak olarak belirlenmiştir (www.kosgeb.gov.tr, 2019).

KOSGEB, kadın işletme sahiplerine destek sağlayan “İş Geliştirme Merkezleri”, sivil toplum kuruluşlarını ve kadın gruplarını bu programlara katılım sağlamaya özendirdiği “Genel Girişimcilik Eğitimi”, kadın girişimleri özendirici ve işlerini geliştirmelerine destek olma amacını güden “Küçük ve Orta Boy İşletmeler Programı Danışmanlık ve Destek Hizmetleri Çerçevesinde Sağlanan Hizmetler” ve son olarak

girişimciliği geliştirmeye yönelik küçük bteli ve bağımsız “Beykoz Projesi” gibi kadın girişimciliğini destekleyen çalışmalar yapmaktadır (Ecevit, 2007:15-16).

Güneydoğu Anadolu Projesi Girişimciliği Destekleme ve Yönlendirme Merkezi

(GAP-GİDEM)

GAP-GİDEM 1997 yılında Güneydoğu Anadolu Projesi İdaresi ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından girişimciliğin geliştirilmesi sağlanması ve GAP bölgesindeki Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin ve şanlıurfa olmak üzere 5 ilde ulusal ve uluslararası alanlarda rekabet ortamındaki g artışı sağlanması amacıyla kurulmuştur (www.ksgm.gov.tr, 2011; Aktaran: Soysal, 2013:179).Kişisel ve proje kapsamındaki girişimlere küçük ölçekli finansman ve teknik destek sağlama amacı ile fırsat penceresi olarak adlandırılan “Kadın Girişimciliği Penceresi” ve bölgedeki kadın girişimciliğini tümüyle geliştirme amacı ile “Kadın Girişimciliği Projesi” yürütmüştür (Ecevit, 2007:19).

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

Gaziantep, Kocaeli ve İzmir illerinde, küçük ve orta ölçekli işletmelerin, uluslararası ölçekteki çalışma şartlarına adapte olmalarına yardım etme amacıyla  merkezde kurulmuştur (Ecevit, 2007:27).

Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK)

2002-2004 yılları arasında TESK, finansmanını Avrupa komisyonunun sağladığı ‘Kadın Girişimciliğinin Desteklenmesi’ projesiyle iş kurma eğitimi vermiş ve bu kadınların kendi işini kurmasını sağlamıştır (Ecevit, 2007:27).

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

2002 yılında üyelerinin tümünün kadın olduğu 38 girişimci tarafından kurulmuştur ve şu anda yaklaşık 300 yesi bulunmaktadır. lke genelinde faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütüdür. KAGİDER, kadınların yalnızca ekonomi alanında değil politika ve sosyal alanlarında da g kazanmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda, kadın girişimcilere eğitim, rehberlik ve danışmanlık desteği verirken kadının ekonomik konumunun g kazanması ve kadın-erkek fırsat dengesinin sağlanması için de çalışmalar yapmaktadır (www.kagider.org, 2019).

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

1986 yılında kadınların ekonomik durumlarını ve yaşam standartlarını iyileştirmek hedefiyle kar amacı gütmeyen bir kuruluş olarak kurulmuştur. Çalışmalarını İstanbul'un düşük gelirli semtleri, depremin etkisinde kalan bölgeler, öncelikle Ege ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri olarak Türkiye genelinde farklı illerde devam ettirmektedir. Düşük gelirli bölgelerde kadınlara ve çocuklara dönük çalışmalar yaparak kadınların bireysel ve toplumsal alanlarda yaşam kalitesini iyileştirme, organize bir şekilde temel ihtiyaç kapasitelerini geliştirebilmeleri için yardımcı platformlar yaratma ve çocukların erken yaşta çocuk eğitimi imkanlarından yararlanabilmeleri için faaliyet göstermektedir. İş, ürün ve yeni üretim becerileri geliştirme etkinlikleri ve "Mikro Kredi Programı, Tasarruf Grupları ve Çocuk Bakımı ve Eğitimini Hedefleyen Kadın Gruplarına Hibe Programı" için finansal hizmetler sağlamaktadır. 2002 yılında KEDV'in bir iktisadi işletmesi olarak kurulan MAYA'nın amacı, küçük ölçekte bir iş yapmakta olan düşük gelirli kadınlara, bu işlerini geliştirebilmeleri ve ekonomik hayata aktif olarak katılabilmeleri için küçük miktarlarda borç para vermektir. Bu anlamda Maya, Türkiye'nin ilk mikro kredi kurumudur (<http://www.kedv.org.tr/>).

Çağdaş Kadın ve Gençlik Vakfı (ÇKGV)

ÇKGV, kadınların ve gençlerin günümüz standartlarına uygun bir yaşam sürdürmeleri amacıyla kurulmuş kar amacı gütmeyen hükümet dışı bir kuruluştur. Vakıf, kadınlarla gençlerin eğitimi ve istihdamı için farklı bölgelerde etkinlikler yapmasının yanı sıra Ankara'nın Mamak ilçesinde ağır işsizlik durumu yaşayan kadınların ekonomik durumunu iyileştirmek amacıyla "Kadınlar için Kadınlar Projesi"ni yürütmüştür (Ecevit, 2007:32).

Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV)

1999 Marmara Depremi'nden sonra bölgedeki kadın ve çocuklarla dayanışmada bulunan kadınlar tarafınca kurulmuştur. Kuruluş süreci ile kendini diğer kadın örgütlerinden farklı kılan olgunun fiilen bir dayanışma pratiğinden doğmasına bağlayan vakfın amacı, kadınları güçlü hale getirmek ve kadınlar arasında dayanışma ağları oluşturulması için araçlar ve fırsatlar geliştirmektir. Kuruluşundan sonra kadına yönelik şiddetle mücadele ederken şiddetten kurtulmak için başvuran

kadınlara destek sağlamanın yanı sıra kadın emeği ve istihdamının çeşitli alanlarda faaliyet göstermesini sağlamaktadır (<http://www.kadav.org.tr/>,2019).

Türk Grameen Mikro Kredi Projesi

İlk kez 1990'lı yıllarda uygulanan MAYA mikro kredi programından sonra Türkiye Grameen Mikro Kredi Programı (TGMP) kurulmuştur (Soysal, 2013: 181). Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) tarafından oluşturulup Grameen Trust ile işbirliği yapılarak faaliyet sürdüren ve kar amacı gütmeyen bir mikro finans kuruluşudur. Türkiye'deki tüm düşük gelirli ailelere, kadınlar aracılığıyla uygun finansal hizmetler sunmak ve onları kendi başına gelir getiren bir faaliyete teşvik ederek, ekonomik ve sosyal durumlarını iyileştirmelerini ve finansal anlamda sürdürülebilir bir ortam kurma amacıyla faaliyet göstermektedir ([www.http://tgmp.net](http://tgmp.net),2019).

Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV)

1969 yılında kurulan TKV, kırsal alan faaliyetlerine yönelik krediler sağlamakta ve eğitim ile ilgili birçok çalışma yapmakta olan bir sivil toplum kuruluşudur. 1975 yılında faaliyete başlayan TKV, Diyarbakır, Elazığ, Gümüşhane, Mardin, Şırnak, Şanlıurfa ve Van illerinde çalışmalarını sürdürmüştür ([www. tkv-dft.org.tr/](http://www.tkv-dft.org.tr/),2019). Vakıf bünyesinde iş kurma fikri olan kadınlara Kendi İşini Kur (KİK) eğitimleri vererek arıcılıktan seracılığa, besicilikten bağcılığa kadar farklı tarım ve hayvancılık projelerine girişimciliği geliştirme fonu sağlamaktadır (Soysal, 2013:179).

Türkiye'de sınırlı sayıda kurum ve kuruluş kadın girişimcilere destek olmaktadır. Kadın girişimcilerin çoğunluğu, finansal kaynak temininde en fazla bankalardan kredi desteğine başvurmaktadır. Bankalar dışında büyük oranda kadın girişimcilerin haberdar olduğu kurum KOSGEB olup ve sivil toplum kuruluşlarının sağladıkları desteklerden ise çok az oranda kadın girişimcinin bilgisi bulunmaktadır (Ecevit ve Kaptanoğlu, 2015:23).

1.5.7. Kadın Girişimcilerin Sektörler Bazında Gelişimi ve Faaliyetleri

Sanayi kültürüne geçiş dönemine kadar kadınlar, toprak işleriyle uğraşan bir emek gücü olarak görülmekteydi. Fabrikalarda seri üretimin başlaması, istihdam artışına ihtiyaç duyulmasına ve böylelikle kadınların emeğine de başvurulmasına neden olmuştur. Kadının emek gücü olarak değerlendirilmesinin yanı sıra dünya

ekonomisindeki farklılaşmalar ile kadınlar gitgide sermaye sahip olmuş ve kendi adına fabrikalar açmıştır. Bu durum sanayileşme sürecinde yalnızca erkeklerin değil kadınların da etkili olduğunu göstermektedir (Laurence vd., 2009:3-20 ; Aktaran: Özcan, 2016:281).

1.Dünya Savaşı döneminde, erkekler cephelerde iken kadınlarda o günlere kadar erkeklere özgü olduğu düşünülen alanlarda ve savaş dolayısıyla emek gücü azalmış fabrikalarda savaş ekonomisinin ihtiyaçlarını tamamlamak için çalışmaya başlamışlardır. Çalışma şartlarının oldukça ağır olduğu bu zamanlar, kadınlar ekonomik anlamda erkeklere bağımlı olmadan yaşamayı tecrübe etmişlerdir. Ancak aynı şartlar altında çalışmalarına rağmen kadınlar erkeklerden daha düşük ücret almış ve bu sebeple kadınların erken dönem talepleri eşit ücret ekseninde gerçekleşmiştir. Aynı zamanda sanayi devriminden sonra makineleşmenin artması iş gücünde cinsiyet, yaş ve güç etkenlerinin önemsiz olduğunu göstermiş ve kadınların iş gücünde daha aktif olmasını sağlamıştır. Kadınların erkeklere özgü çalışma alanlarındaki boşluğu doldurmak için savaş alanında etkin olmaya itilmeleri, kadınların birçok alanda erkeklerle eşit haklara sahip olduğunun bilincine varmasına sebep olmuştur. Kadınların özellikle ekonomik ve politik statüde bulunma talebini 2.Dünya Savaşı daha da güçlendirmiştir. Çünkü bu dönemde yine kadının emek gücü kullanılmış fakat savaş bitiminden sonra kadınlar evlerine geri gönderilmişlerdir. Savaş ekonomisi tarafından istihdam edilip savaştaki rolleri görmezden gelinen kadınlar bu durum karşısında kapitalizmi ve kadınlıklarını sorgulamaya başlamışlardır. İş gücü piyasasında makineleşme hakimiyetinin artışı ile emek yoğun üretimden sermaye yoğun üretime geçiş sağlanmış ve kadınlar fabrikalarda daha aktif olmaya başlamışlardır. Erkek iş gücünün değerini düşüren bu durum ücretli işçi sayısının da artışında etkili olmuştur (Çımar ve Avcı, 2016:71-73).

Ekonomik krizlerin yaşanması, uluslararası rekabetin artması, hizmet sektörünün büyümesi, teknolojinin ilerlemesi ve işsizlik oranının artması nedeniyle çalışma ve üretim şekillerinin daha esnek olması sağlanmış ve teknolojik ürünlerin iş hayatının her alanında kullanılması üretimi kolaylaştırmıştır. Böylelikle kadınların daha yoğun iş gücü piyasasında bulunmasına ve hizmet sektöründe başarılı olduklarının fark edilmesine olanak sağlanmıştır (Filiz, 2011:179).Kadınların hizmet sektöründe kadın çalışana duyulan talep doğrultusunda istihdam etmelerinin yanı sıra kadınların eğitim

seviyesinin yükselmesi, sosyo-kültürel yapı ve kadının rolünün algısının farklılaşması, Batı ülkelerindeki kadın-erkek eşitliği savunusuyla cinsiyet ayrımcılığının azaltılması, bilgi çağı üretim ve yönetiminde kadınlara uygun iş alanlarının artması, erkek gelirinin yetersiz kaldığı aile ekonomisine kadının da yardım etmesinin zorunlu hale gelmesi, kadının çalışmasını destekleyici kurum ve kuruluşların artması, çalışan kadının ekonomik ve sosyal statü kazanarak kendini daha özgür hissetmesi gibi birçok durum bu sektörde kadın işgücündeki artışların sebebi olarak gösterilmektedir (Akoğlan, 1996:1-3 ; Aktaran: Ögüt, 2005:57).

Türkiye’de kadının iş hayatındaki ve toplumdaki rollerinin değişmesi, 1950’li yıllardan sonra kırsal alanlardan ayrılıp kentlere göç ederek tarım dışı işgücüne katılması ile başlamıştır. Toplumun kadına bakış açısı istenilen ölçüde değişiklik sağlamasa da toplumsal yapıdaki bu değişim ve gelişimler kadının bilinçlenmesini sağlamış ve kadın eğitimin önemini ve bir birey olarak kendi varlığını fark etmiş hizmet dahil olmak üzere farklı diğer sektörlerde faaliyetlerde bulunmuştur (Berber ve Eser, 2008:3). Kadının tarım ve hizmet sektöründeki varlığının neredeyse eşit ölçüde olduğu 2000’li yılların sonlarında sanayi ve inşaat sektörlerinde kadın işgücü çok kısıtlı olmuştur. Kentleşme, kırsal alanlardan kentsel bölgelere göç ve kentte yaşayan nüfusun artışı ile hizmet ihtiyacının da artış göstermesi bu durumun yaşanmasındaki sebepler olarak gösterilebilir. Gelişmiş ülkelerin ekonomik kalkınmadan kaynaklı tarımdan sanayi ve hizmetler sektörüne geçiş sürecinde yaşanan tarımdaki kadın iş gücünün hizmet sektörüne kayması aynı ülkemizde de görülmeye başlamıştır (Doğan ve Kaya, 2014:99).

Üretim sektörlerinin küçülerek hizmet sektörünün hızlanarak büyümesi, işgücünün sanayi sektöründen hizmet sektörüne kaymasına neden olmuş ve kadın emeğinin önemi ortaya çıkmıştır. Hizmet sektöründe kadınlara duyulan bu ihtiyacın artması, “kadın çalışan” rolünü üstelenerek “kadın girişimci” kimliğinde yatırım yapmasına imkan tanımaktadır (Ertürk, 2016:133). Dünya Bankası Grubu’nun özel sektör bölüm olan Uluslararası Finans Kurumu (IFC), 1956 yılında özel sektörün gelişimini desteklemek amacıyla kurulmuştur. Bu bağlamda IFC, gelişmekte olan ülkelere yatırım, danışmanlık ve yönetim hizmet sunarak Türkiye’de kadın girişimci sayısını arttırmak için finansal ve reel sektördeki yatırımlarla katkıda bulunup danışmanlık hizmetleri vermektedir. Böylelikle Türkiye’de %60’ı erkeklere ait KOBİ’lerden

dolayı oluşan kredi açığını kapatmak, kadınların yürüttüğü işletmelerin teknolojiye erişimini kolaylaştırmak ve Türkiye özel sektöründe gelişme sağlanması için destek bulunmak IFC'nin sağlayacağı faydalar olarak görülebilir (Mangır, 2016: 206). Bir diğer taraftan günümüzde halkla ilişkiler, ulaşım, üretim-pazarlama, bankacılık, finansal hizmetler, sigortacılık ve diğer hizmetlere dönük endüstriler ülke ekonomisinin temel taşları olarak görülmektedir. Kadın girişimcilerin iş yaratıcı ve ekonomik güvenlik sağlayıcı olması için bu gibi alanlara yönlendirilmeleri gerekmektedir (Jalbert, 2000:8).

Tablo.11. Cinsiyetlerin Faaliyet Gösterdikleri Alanlara Göre Oranları

Ekonomik Faaliyetler	Kadın	Erkek	Toplam
Tarım	%26,8	% 14,9	% 18,6
Sanayi	% 14,7	% 21,2	% 19,2
İnşaat	% 0,9	% 106	% 7,6
Hizmetler	% 57,6	% 53,3	% 54,6

Kaynak : TÜİK Kasım 2017

TÜİK Kasım 2017 verilerine göre kadın ve erkek bireylerin ekonomik faaliyetler açısından değerlendirildiği tabloda, kadınların %26,8'i tarım, %14,7'si sanayi, %0,9'u inşaat ve %57,6'sı hizmet sektöründe faaliyet göstererek çoğunluğunun tarım ve hizmet sektöründe yer aldığı görülmektedir.

1.6. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Yoğun iş hayatı ve erkek egemen toplumda çalışan kadın girişimciler, iş-aile yaşamı dengesini kurmak için daha fazla çaba göstermek zorunda kalmaktadırlar. Kadını girişimciliğinin hem engel hem de ilham kaynağı olan bu durum iş hayatında erkeklerle eşit şartlar altında rekabet edemediğini göstermektedir. Kadın ve erkek girişimciler arasında sosyal ve kültürel farklılıkların yanı sıra bu dengeyi sağlama çabası sadece kadınların karşılaştığı sorunları olarak belirtmek mümkündür (Alpşahin, 2011:96).

Kadını yıllar boyunca sosyal ve ekonomik hayatın dışında tutmuş toplumların etkisi, girişimcilik alanında kadının karşılaştığı engellerde de ortaya çıkmaktadır. 1980’li yıllardan itibaren kadın girişimcileri konu edinen araştırmalar incelendiğinde, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda kadınlar, girişimcilerin genel anlamda karşılaştıkları sorunlar ile birlikte erkeklerden farklı olarak kadın olmalarından kaynaklı birçok problem yaşadıkları görülmektedir. GEM’in 2011 yılında yaptığı araştırmaya göre; girişimcilik için sunulan imkânlarla yönelik farkındalığın düşük olması, başaramama korkusu, kabiliyetlerine tam güvenmeme veya farkında olmama, gerçek bir girişimci veya girişimci modelinin olmaması, destek, danışma ve bilgi ağının olmaması gibi nendeler kadın girişimcilerin önündeki engeller olarak ortaya çıkmaktadır (Kelley, 2011; Aktaran: Kaygın ve Güven, 2013:31).

Daha detaylı bir şekilde incelenecek olursa; kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar, kadın olmaktan kaynaklı ve iş ve çevresel şartlardan kaynaklı olmak üzere iki farklı kavramsal çerçevede değerlendirilebilir (Soysal, 2010:78);

Kadın olmaktan kaynaklanan sorunlar

- “Kadının yeri evidir” ve “kadın erkeğin izni olmadan herhangi bir girişimde bulunamaz” görüşü hakimiyeti ve erkek egemen toplumlarda var olan toplumun geleneksel inanç ve baskısı,
- Kadının iş hayatında, hangi meslek grubunda yer alacağı veya hangi pozisyonun kadın için uygun olduğunu belirten cinsiyete yönelik rol ayrımcılığı,
- Cinsel ve duygusal taciz,
- Kadının hakkı olduğu halde sadece cinsiyeti yüzünden terfi edilmemesi ve kadınların genelde erkeklerden daha düşük bir sosyal pozisyonda olmasına sebep olan cam tavan engeli,
- Yasalar kaynaklı engeller,
- İş hayatında kadına güven duyulmaması, kadınların mesleki edinin eksikliği ve çevrenin başarısızlık beklentisi,
- Kadın girişimcinin, özel hayatı ile iş hayatı arasında ikilemde kalmasından dolayı yaşanan rol çatışması ,
- Eğitim seviyesinin yüksek olmaması,

- Kadının erkekten farklı olarak ev işleri ve çocuk yetiştirilmesi sorumluluğunun olmasından kaynaklı iş hayatında mevcut bir işi veya girişimsel yeteneklerini geliştirme konusunda yeteri kadar vakit ayıramamasında sebep olan zaman darlığı,
- Kadının, çocuk bakımı ve eğitimi, çocuk yaşta evlilik, boşanma durumunda toplum baskısı ve geleneksel aile kültürü gibi cinsiyete dayalı yaşanan sosyal sorunları,
- Erkeklere oranla kadın girişimcilerin kendilerine örnek alabilecek rol modelinin yetersizliği,
- Girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak kadınların gerekli ve yeterli sermayeden yoksun olmaları.

İş ve çevresel şartlardan kaynaklanan sorunlar

- Tüm dünyada kadın girişimciliğe bütüncül bir bakışın sağlanamayıp örgütlenme kültürünün olmaması,
- Kurumsal çeşitlilik ve koordine hareket edebilme zorlukları
- Politik gelişmeler sağlanması ve uygulanması

Kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunlar genel olarak benzerlik göstermektedir. Bu sorunları kadın kimliği ve bireysel nedenlerden kaynaklanan, girişimciliğe başlamadan önce ve işe başladıktan sonra karşılaşılan sorunlar olarak üç başlık altında ele almak, kadınların girişimcilik sürecinde karşılaştıkları engelleri anlama konusunda faydalı olacaktır. Kalıplaşmış kadın rolleri (annelik, eş olma), eğitim düzeyinin yetersiz olması, aile ve toplum tarafından yeteri kadar destek görmemesi, kız çocuklarının eğitime önem verilmeyip baskı altında büyütülmesi, özgüvenlerinin zayıflatılması gibi faktörler kadın kimliği ve bireysel sorunlar olarak, yeterli girişimcilik bilgi ve deneyimine sahip olmaması, sermaye bulmada zorluk yaşanması, mevzuat ve bürokratik işlemlerin fazla olması, toplumsal baskı, olumsuz tutum ve davranışlar, sadece kadın oldukları için ciddiye alınmayıp destek görmemeleri, karşı tarafın güven duygusunu sağlamak için erkeklerden daha fazla çaba harcamak gibi faktörler girişimciliğe başlamadan önce karşılaşılan sorunlar ve banka kredi imkânlarından faydalanabilmeleri için kefil, teminat veya gayrimenkul ipotegi istemesi gibi kısıtlayıcı faktörlerden kaynaklı sermaye yetersizliği, bilgi ve

deneyim eksikliği, rekabet ortamındaki sorunlar, ailedeki sorumluluklarının paylaşılmaması, karşı tarafın güven duygusunu sağlamak için erkeklerden daha fazla çaba harcamak ve iş yaşamında erkekler tarafından dışlanmaları gibi faktörler de işe başladıktan sonra karşılaşılan sorunlar olarak belirtilmektedir (Marangoz, 2008:96; Aktaran: Kumkale ve Akdemir , 2013:173-174).

Aşağıdaki tabloda kadın girişimcilerin karşılaştıkları engeller sekiz ana başlık altında verilmiştir. Kadın girişimciler, bireysel olarak bilgi, yetenek ve fırsatları değerlendirebilme kabiliyetlerini kullanarak bu engelleri aşabileceği gibi aynı zamanda yaşadıkları toplumsal çevre, sorumluluk aldığı aile ortamı ve hükümet de bu anlamda büyük öneme sahiptir. Tablo ayrıca kadın girişimcilerin karşılaştıkları engelleri aşabilmesi için çeşitli önerileri de içermektedir (Soysal, 2013:106).

Tablo. 12. Kadın Girişimcileri Engelleyen Nedenler ve Çözüm Yolları

Engeller	Nedenler	Çözümler
Güven Eksikliği	Ayrımcı sosyalizasyona yol açan sosyal normlar, ailede kadının güven eksikliğinin getirdiği ahlaki durum, destekler, bir girişimci olarak gelişmesi için ihtiyaç duyduğu karar verme gücü	Sosyal işçiler onların ihtiyaç duyduğu girdileri sağlayarak kadın girişimcileri geliştirebilir.
Çifte Rol Yüzünden İş Yükünün Fazla Olması	Eş ve anne olarak çifte role sahip olan kadın, zaman baskısı, odaklanamama ve fazla iş yükünün altında ezilmesinden dolayı etkili bir şekilde girişimciliği yönetememektedir	Eş ve diğerleri gibi aile üyeleri üzerlerine düşen sorumlulukları gönüllü olarak yaparak kadının iş yükünü hafifletebilir.
Sert Ve Erkek Egemen Piyasa Koşulları	Kadınlar, girişimci olarak ailelerindeki erkek üyelerinin sert ve erkek egemen piyasa koşullarına uymak zorunda, bunun yanında kadınların girişimcilikle ilgili bilgi, tecrübe ve lobi oluşturma eksikliği içerisinde olmaları	Aile üyeleri, mevcut piyasa fırsatları, koşulları ve hizmetler ile ilgili Sivil Toplum Kuruluşları(STK) aracılığıyla bilgi sağlayıp bunu girişimci kadınlarla paylaşabilirler.
İşyerinde Sosyalleşme Eksikliği	Özellikle kadınların işlerinde sosyalleşmesinde kısıtlanmış davranışlar, çocuk tercihi, kendini geri çekme düşüncesiyle kadınsı nitelikler engel olmaktadır	En önemli iş sosyalleşme göstergesi olarak kendini motive etme, aile desteği, pozitif devlet politikaları, zamanında finans ve işlerini kurmada istikrarlı bir çevre oluşturmaktır.
Engeller	Nedenler	Çözümler

Uygun Eğitim Eksikliği	Aileler ve toplum bir kızı iyi bir girişimci olarak yüceltmekten çok iyi bir ev kadını olmasını teşvik eder ve ona diğer girişimci erkekler gibi izin verilmez, kadının girişimcilik faaliyeti yerel kültür tarafından kötü bir iş olarak görülür	Diğer işadamlarına sağlanan eşit fırsatlar, eğitim ve işinde yeteneğini geliştirme özgürlüğü verilmelidir.
Finansal Desteğe Erişme Eksikliği	Kadınların mülkiyetteki payları ve hükümet ve özel kurumların kredi olanaklarından yoksun olmalarından dolayı finansal erişimleri zordur	Ebeveynler mülkiyeti çocuklarına eşit paylaşmalı, hükümet ve özel sektörün kredilerinden faydalanabilmeli ve onların tüm yaşamlarında diğer aile üyelerinden bilgi ve diğer konularda tam destek almalıdırlar.
Eğitim Programları Hakkında Bilgiye Sahip Olamama	Cehalet nedeniyle, hareketleri kısıtlanmış, ağ ve farkındalık eksikliği	Kadınlara tüm kurumların sağlayacağı eğitim, finansal destek, girişimcilik ve piyasa koşulları hakkında bilgilendirme yapılabilir.
Kaynaklara Erişim Eksikliği	Kadınların tutuk olmaları, toplumsal bakış açısı ve baskısı kadınları kaynaklara ulaşma konusuna uzak tutmaktadır	Önceliklerini belirleyip kapasitelerinin farkında olmaları aşılanabilir, kaynakların bütün çeşitlerine ulaşacak tereddütleri yok etmelidirler.

Kaynak: (Padmavathi, 2011:70)

Kadın girişimcilerin genel sorunlarının yanı sıra en çok karşılaştıkları engellerin cinsiyete dayalı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, kadın olduklarından dolayı kadın girişimcileri zorlayan, aşması gereken dört engelleyiciden bahsedilebilir. Cinsiyet ayrımcılığı, kadın veya erkeğin hak ve sorumluluklarını ifade eden cinsiyet, kişisel yetenek ve iş performansından ziyade cinsiyete bakılarak yapılan genel değerlendirme olan cinsiyet ayrımcılığını doğurmaktadır. Kadınların iş hayatından önce toplumdaki kadına bakış açısından kaynaklı cinsiyete bağlı rolü, iş hayatında işlerin kadın ve erkek işi olarak ayırım yapılmasına sebep olmaktadır. Bu durum da kadının faaliyet gösterdiği alanda gelişme ve ilerleme sağlaması ve eşitsizlik ve önyargılı tutum ve davranışlarla karşı karşıya kalmasına zemin oluşturmaktadır. Bilinçli bir kötü davranışı veya baskı kurmayı ifade eden yıldırma ve zorbalık kadına

üstünlük kurma, buyruğu altına alma ve yok etme amacı güdülmektedir. Bu durumda kendini savunma zorunda kalan kadın, istemediği kurallara uymaya zorlanmaktadır. Bir taraftan karşı tarafın düşmanlığı ile mücadele ederken diğer taraftan mağdur psikolojisi ile kendini yetersiz bulan kadın iş hakimiyetini kaybetmektedir. Liderlik ve yüksek mevkilere gelmeyi arzulayan veya bunun için çabalayan kadınların karşılaştığı engellerin en yaygını olan cam tavan sendromu, kadınların başarısı göz ardı edilerek ilerleme ve gelişme göstermesini engellemektedir. Bu engelin cam tavan olarak nitelendirilmesinin sebebi de net bir şekilde görülmeyen ve aşılamayan engeller olmasıdır. Tükenmişlik başarısız olma, yıpranma, enerji ve gücün azalması veya tatmin edilemeyen istekler sonucunda bireyin iç kaynaklarında meydana gelen tükenme durumudur. Kadınların iş hayatında etkili olan bireysel ve örgütsel faktörlerin etkisi ile rol çatışması, rol belirsizliği ve aşırı sorumluluk yüklenme sonucu tükenmişlik ortaya çıkmaktadır (Papatya, 2013:227-230).

1.6.1. Finansal Kaynaklar

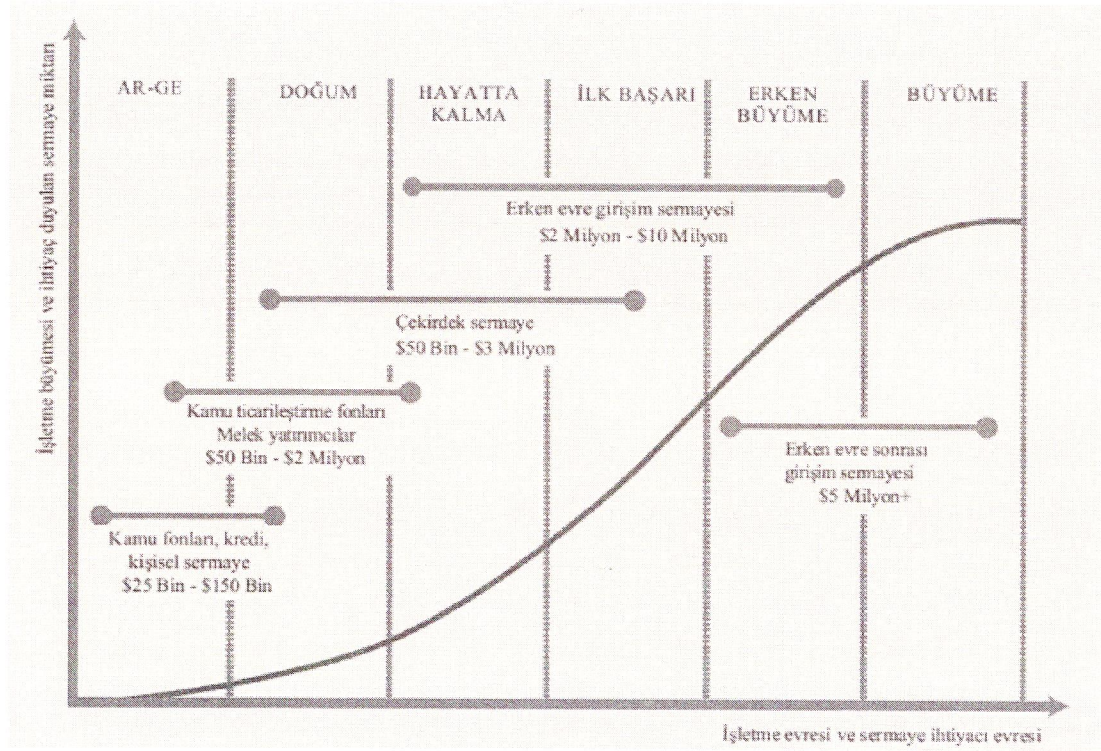
Girişimciliğin ekonomik bir değer olabilmesi için girişimci bireylerin parasal olarak desteklenmesi en önemli faktörlerden biri olarak görünmektedir (Lee vd. 2004: 884).

Belirli bir iş için gerektiğinde harcanılması için ayrılıp işletilen para veya kaynak anlamına gelen fon ve bir ticaret işinin kurulması, yürütülmesi için gerekli anapara ve paraya çevrilebilir malların tümü olan sermaye gerek işletme kuruluşu öncesinde gerekse de işletme kurulduktan sonra girişimciliğin her aşamasında karşımıza çıkmaktadır. Para, mal veya mali işler kelime anlamlarını içeren finans; bir şahsın veya tüzel bir kişinin mülkiyeti altındaki taşınır veya taşınmaz varlıkların tamamı olarak tanımlanmaktadır. Ekonomi biliminin bir alt dalı olan, para ve diğer varlıkların yönetimi konusunu inceleyen finans iktisadi anlamda ise; para, kredi, bankacılık ve yatırımların yönetiminde fon ve sermaye sağlamaya yönelik ticari etkinlikler bütünü olarak finansman anlamını taşımaktadır (www.tdk.gov.tr,2019).

Büyük ve uluslararası işletmeler, uluslararası organizasyonları takip etme, network kurma, hem ulusal hem de çok farklı ülkedeki uluslararası yatırımcı ve fon yöneticilerine ulaşmada sıkıntı yaşamamaktadır. Böylelikle gelişen ve değişen piyasa koşulları, teknolojik gelişmeler, kendi alanlarındaki uluslararası rekabet şartları, pazarlama stratejileri ve finans yönetiminde dikkate almaları gereken modellemeleri

öğrenmeleri ve büyümeleri hakkında kolayca bilgi sahibi olmaktadırlar. Girişimcilikte başarıyı beraberinde getiren bu unsurlar bu gruptaki işletmeler için büyük avantaj sağlamaktadır. Ancak KOBİ işletmeleri açısından değerlendirildiğinde bu durum aynı değildir. Çünkü küçük ve orta büyüklükteki bu işletmeler yerel veya ulusal düzeyde faaliyet göstermektedir. Bu bağlamda bu gruptaki işletmelerin finans kaynaklarına ulaşımı oldukça zor olmasının yanı sıra sağlanan kaynakların da maliyeti aynı oranda yüksek olduğu görülmektedir. Bu anlamda devletlerin destek vererek kaynak sağlanmasına yardımcı olması KOBİ'lerin önemli bir sorununa çözüm olduğu görülmektedir (Kutukız ve Aydemir, 2018:182).

Şekil 1: Girişim Evreleri ve Finansman İhtiyaçları



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2014: 9 ; Er vd., 2015 : 33

Türkiye’de girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşımı serbest piyasa ve kamu kaynakları aracılığıyla sağlanmaktadır. Serbest piyasa kolunda bankacılık sisteminin finansal kaynak sağlamada en önemli unsur olduğu görülmektedir. Bankacılık sisteminin yanı sıra özel girişim sermayesi firmaları da oldukça önemli bir finansal kaynak sağlayıcısıdır. Devlet, kamu kaynakları aracılığıyla işletme kuracak bireylere faaliyet ve sermaye desteği vererek yardımcı olmaktadır. Girişimci ve KOBİ’lerin yapacakları faaliyetlere destek olarak faaliyet desteği ve kredi garantisi, kredi faiz

desteği vb. gibi sermaye desteği olarak iki şekilde destek sağlamaktadır (Er vd., 2015:34).

Girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik bir anlam içermesi için, işletmelerin finansmanda zorluk çekmemesi yani krediye ulaşmalarında kolaylık sağlanması ve finansal çevreler tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Türkiye’deki girişimciler değerlendirildiğinde özellikle kadınların girişimcilik sürecinde yeterli oranda kredi olanakları mevcut değildir. Çoğu kadın girişimci ailenin maddi desteği ve kendi bireysel birikimleri sayesinde finansal kaynaklarını oluşturmaktadır. Bunların dışında kadın girişimcilerin başvurabileceği bir diğer finansal kaynak ise kredidir. Kadınların krediye ulaşmada zorluk çekmesinin yanı sıra hem kredi olanaklarından haberdar olmayışı hem de teminat göstereceği varlıkların tamamının erkekler üzerine olmasından dolayı kadınların kredi sağlama imkanlarının kolay olmadığı ortaya çıkmaktadır (Başol, 2010:66).

1.6.2. Finansal Kaynak Türleri

Bir işletme kaynaklarını zkaynaklar ve yabancı kaynaklar olmak üzere iki şekilde finanse etmektedir. zkaynaklar, işletme sahiplerinin kendi imkanları doğrultusunda tedarik ettikleri bir diğer anlamda sahip oldukları sermayedir. Yabancı kaynaklar ise, işletme sahipleri dışındaki kişi veya kuruluşlardan sağlanan kısa, orta veya uzun vadeli geri ödemeli borçlardır. Bu bağlamda, işletme sahiplerinin işletme içindeki finansal payı veya işletme üzerinde sahip oldukları risk büyüklüğünde zkaynaklar etkin bir rol oynamaktadır (Akg, 1995 ; Aktaran: Acar, 2003:25).

Birey girişimde bulunabilmek için temel ihtiyaı olan nakdi, işletmenin öz sermayesini kullanarak ya da borçlanarak gerçekleştirmektedir. Girişimcinin kar elde etmesi ve işletme kapasitesinde büyüme sağlaması için yabancı kaynak kullanımına giderek borçlanması gerekmektedir. Bu bağlamda girişimci daha sonra ödeyebileceği ve getirisinin olacağı bir borçlanma yaptığı takdirde, uygun faizle kar oranı çok daha yüksek olacaktır. Aksi takdirde daha fazla kar elde etme amacından ziyade, borçlanma sermayenin maliyetinden daha yüksek olacağı için olumsuz şartlar doğuracaktır (Kutukız ve Aydemir, 2018:83).

İşletmeler ihtiyaç duydukları fonları işletme içinden ve işletme dışından olacak şekilde çeşitli kaynaklar aracılığıyla finanse etmektedirler. İşletmeler özellikle

kuruluş aşamasında diğer finansman kaynaklarına ulaşmada zorluk çekmelerinin yanı sıra büyüme ve gelişme aşamalarında da öz kaynaklar olarak da ifade edilen işletme içinden sağlanan kaynakların yetersiz kalması sebebiyle; banka kredileri, finansal kiralama, faktoring, girişim sermayesi, yurtiçi ve yurtdışı finansal kurumlar ile sermaye piyasalarının sağladığı değişik krediler şeklinde tanımlanabilen işletme dışından kaynak sağlamak durumunda kalmaktadırlar (Er vd., 2015:32).

Girişimcilerin finansman sağlamada kullandıkları kaynaklara aşağıdaki tabloda detaylı bir şekilde yer verilmektedir.

Tablo.13. Girişimcilik Finansmanı

Girişimcilik Finansmanı			
İşletmenin Kaynakları	Özkaynak		
	Yabancı Kaynak	Banka kredileri	Kısa vadeli
			Orta vadeli
			Uzun vadeli
	Melek Yatırımcı	Maddi destek (Para yatırma)	Manevi yatırım (Bilgi birikimi aktarımı)
	Diğer finansal kaynaklar	Faktoring, Forfaiting, Franchising, Türev Ürünler, Forward Kontratları, Futures Kontratları, Opsiyon Kontratları,	Swap Kontratları, Yurt Dışı Kaynaklı Finans Kurumları, Proje Finansmanı ve Yatırım Kredileri, Finansman Kredileri Yöntemleri,
Girişim Sermayesi	Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)	Yerel Model	1.Çekirdek 2.Başlangıç
	SPK'ya tabi olmayan	Yurtdışı Modeli	3.Büyüme/Genişleme 4.Destek
Devlet Teşvikleri			
Leasing (Finansal Kiralama)			

Kaynak : Kutukız ve Aydemir, 2018:197-212

Tablo 13'e bakıldığında bir işletmenin kaynaklarını, özkaynaklar, yabancı kaynaklar, melek yatırımcılar ve diğer finansal kaynaklar olarak belirtmek mümkündür.

Girişimcilerin özkaynaklar yoluyla finansman sağlaması, dağıtılmamış kârlar, sermaye yedekleri gibi kendi bünyesinde sahip oldukları işletme kaynaklarına başvurması ile ya da hisse senedi ihracı ile gerçekleşmektedir. Girişimcilerin finansman sağlamada kullandıkları bir diğer yol ise yabancı kaynak kullanımıdır. Satıcı kredileri, kısa, orta ve uzun vadeli banka kredileri, finansman bonosu, türev araçlar (opsiyonlar, vadeli işlemler, forward sözleşmeleri ve swaplar), tahvil vb. gibi ürünler önemli yabancı kaynaklar olarak değerlendirilebilmektedir. Borç olarak alındığı için faiz yükü bulunan yabancı kaynaklar maliyeti olan kaynaklardır. Belirlenen vade esnasında ödenmediğinde gecikme faizi ödemeleri dışında vadeli alınan mal, araç veya gereçlerde faiz ödemesi bulunmamasının yanı sıra ipotek, vergi, işlem masrafı gibi giderler dolayısıyla kredinin de bir maliyeti bulunmaktadır. Bu sebeple şirketler genellikle vadeli alımlara yönelmektedirler. Başlıca kısa vadeli ve uzun vadeli finansman kaynaklarından bahsedilecek olursa; ticari krediler (satıcı kredileri), ticari banka kredileri, para piyasasında satılan kısa süreli bonolar (finansman bonoları), katılım Bankacılığı ve factoring kısa vadeli finansman kaynaklarını ifade ederken, banka kredileri, tahvil ihracı, finansal kiralama, forfaiting ve kâr ve zarar ortaklığı belgesi satışları uzun vadeli finansman kaynakları olarak belirtilebilir.

Girişimcilerin kaynak kullanımında başvurdukları bir diğer yol ise girişim sermayesi kullanımıdır. Girişimci bireyler sermaye fonlarını genellikle girişimin daha sonraki evrelerinde kullanılacak bir finansman aracı olarak görmektedirler. Bu sebeple sermaye finansmanı olarak da ifade edilen bu yöntemlerin yanı sıra en çok kullanılan finansman aracı banka kredileridir. Çünkü bir girişimi başlatmak veya var olan bir işletmeyi büyütme amacıyla kaynak kullanımına gidecek olan bir girişimci için öz sermaye yeterli gelmemektedir. Çoğu girişimcinin dış kaynak kullanımına gitmeden sadece özkaynak kullanımı ile yetinmesi ilerleme sağlayamadığını göstermektedir ve finansman kaynaklarının çeşitliliği, ulaşılabilirliği ve koşulları bu açıdan büyük önem arz etmektedir (Er vd., 2015:33).

1.6.3. Finansal Sorunlar

Kadınlar girişimcilik sürecinde işin kurulma aşamasında veya iş kurulduktan sonra birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Kadın girişimciler başlangıçta sermaye, mal ve donanım araç-gereç tedarik edilmesi, işyeri arama, kiralama, resmi kuruluşlarla ilişkiler, tecrübe eksikliği, yalnızlık, işi organize edememe, genel olarak toplumun kadınlara bakış açısından kaynaklı çok fazla sorunla karşılaşmaktadır (Yağcı ve Bener, 2005:87).

Girişimciliğin başlangıç sürecinde, erkek bireyler çekirdek sermayelerinin yanı sıra finansman kaynağı olarak yatırımcı ve bankalardan kredi tedarik edebilirken, kadın bireylerin çoğunluğunun yalnızca kişisel varlık veya birikimlerinden yararlanmayı tercih etmesinden dolayı girişimcilerin finansman ihtiyacı karşılamada başvurdukları kaynaklar cinsiyete göre değişiklik göstermektedir (Hisrich ve Peters, 2002:76).

Kadın girişimciler işe başladığında, devam ederken veya işi büyütmek istediği girişimcilik sürecinin her aşamasında en çok sermaye yetersizliği ve finansal kaynaklara ulaşmanın güçlüğü sorunu ile karşılaşmaktadırlar. Kadınlar finansal kaynak temin etmede çok fazla bilgi sahibi değildir. Kadın girişimcilerin tercih ettiği dış kaynaklar arasından en çok bilineni banka kredileridir. Ancak kadın girişimciler, bankaların teminatlarını karşılayabilecek ölçüde mal varlığına sahip olmadıkları ve bunun yerine de kefil bulamadıkları için kredi başvurusunda bulunamamaktadırlar. Bunun yanı sıra vadesi düşük krediler, kredi talebinin erken sonuçlanmaması ve yüksek faizlerin olması gibi olumsuz şartlar dolayısıyla da kadın girişimciler kredi almayı tercih etmemektedirler (Mehta ve Mehta, 2011; Aktaran: Soysal, 2013:178).

Kadın girişimcilerin banka kredilerini tercih etmemelerinin bir diğer sebebi ise banka yöneticileri tarafından ön yargılı tepkiler ile karşılaşmalarıdır. Banka yöneticileri, kadın girişimcilere kadın oldukları için nazik davranıp aynı zamanda kadın oldukları için aptal olarak görmektedir ve bu sebeple kadınların girişim projelerinin mali uygulanabilirliğini rasyonel bir şekilde dikkate almamaktadırlar. Olgun banka yöneticileri ise kadın girişimcileri kendi kızları gibi görerek girişimciliğe teşvik etmek yerine evlerinde oturmalarını tavsiye etmektedirler (Goffee ve Scase, 1992; Aktaran: İlter, 2008:99).

Literatürde çoğu yazarın belirttiği gibi ekonomik alanda kullanılan paranın cinsiyeti bulunmamaktadır. Bu nedenle kadın ve erkek bireylerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları temel sorunlar ayrı bir şekilde değerlendirilememektedir. Fakat kadın girişimcilerin erkek girişimcilere nazaran daha fazla kısıtlamalarla karşılaştığı söylenebilir (Şekerler, 2006:121). Kadın girişimciler kredi ulaşılabilirliğinde sınırlı imkanlara sahiptir. Kadınlar için, banka mevzuatı açısından banka kredisi, ipotek ve diğer mali kredilerden faydalanmaları açısından ayrımcı ve engelleyici kurallar bulunmamaktadır. Kadınları bu alanda destekleyen düzenlemeler yapılmasına rağmen, kadınlara ayrılan fonlar ve kredi kullanım olanakları hakkında bilgi edinmeleri ne yazık ki ihtiyaç duyulan düzeyde değildir (Gürol, 2000; Aktaran: İplik, 2012:64).

Sosyal yapının bir sonucu olan bankalar tarafından belirlenen teminatı gösterecek düzeyde varlıklara sahip olamadığı için kredi alamayan kadın girişimciler, çok fazla sermaye gerektiren endüstri gibi alanlarda faaliyette bulunamayıp az sermaye ile ihtiyaçları karşılanabilen hizmet sektörüne yönelmektedirler (Şekerler, 2006:122). Böylelikle erkek girişimciler finansman bulma aşamasında çok fazla zorluk çekmediği için büyük ölçekli ve uluslararası işletmelere yönelebilen kadın girişimciler finansal anlamda aynı imkanlara sahip olmadığı için daha çok küçük ve orta ölçekli işletmelere yani genelde ulusal bazda KOBİ'lere yönelmektedirler.

Türkiye'nin girişimciliğe bakış açısı değerlendirildiğinde; genel anlamda girişimcilik faaliyetlerini destekleyen birçok kurum ve kuruluş olmasına rağmen halen finansal destek sağlama konusunda yetersiz olduğu görülmektedir. Türkiye ekonomisinin en önemli belirleyicilerinden olan KOBİ'lerin krediye erişim düzeyi oldukça düşüktür. KOBİ'ler genellikle yetersiz sermaye ile faaliyette bulunma zorunda kalarak kredi ve finansman sorunları yaşamaktadırlar. Bunun yanı sıra yüksek faiz oranları işletmelerin kredi almada isteksiz olmalarına sebep olmaktadır. Bu bağlamda, işletme sayısının artması ile eş zamanlı artış gösterecek olan istihdam, rekabet ve üretime yardımcı olacak risk sermayesi finansman modeli, yeterince önemsenmemektedir (Öktem vd., 2007:52).

Bu nedenler ele alındığında, kadın girişimciler kurumsal krediden yararlanmak yerine, başlangıç sürecinde az kaynakla küçük girişimleri tercih etmektedir (İlter,

2008:109) veya pek çok kadın, ekonomik faaliyetlere katılmak istemesine rağmen finansman desteği yetersiz olduğu için ekonomik hayata dahil olamamaktadır (Can ve Karataş, 2007:253).

İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL YATIRIMLAR

2.1.Kırsal Alanlarda Kadın Girişimciler

Kent dışı yerler olarak algılanan kırsal alanların literatürde kabul görmüş ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Kırsal alanları betimlemek için kullanılan faktörlerin farklılık göstermesinden dolayı tanımlanmasında da farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Geçmişte arazi parçası olarak değerlendirilen kırsal alanların sosyo-kültürel özelliklerinin de önemsenmesi kırsal alan kavramının daha geniş bakış açısıyla ele alınmasını sağlamıştır.

Türk Dil Kurumu (TDK, 2019)'na göre kırsal alan, “üretim etkinlikleri tarıma dayalı olan, hayvancılık yapılan, kırsal nüfusun yaşadığı ve çalıştığı alan” olarak tanımlanmıştır. Uluslar arası kırsal alan kavramlarının ortak kullanımı olan OECD' ye göre ise; nüfus yoğunluğu, kilometrekare başına 150 kişinin altında olduğu yerler (Çelik, 2005:63) olarak tanımlanırken, piyasa mekanizmasının neredeyse hiç çalışmadığı, üretim ve tüketim piyasalarını birleştiren mübadele mekanizmasının yeterince gelişmediği ve yapılan üretimin büyük oranda kırsal toplumların ya da ailelerin kendi tüketim ihtiyaçlarında kullanıldığı yapı olarak da ifade edilmektedir (Tolunay ve Akyol, 2006:6).

Daha kapsamlı tanımlanacak olursa kırsal alan; “nüfus yoğunluğunun düşük ve ekonomik hayatın daha çok tarıma dayalı olduğu, geleneksel değerlerin etkin olduğu, başta altyapı, yol, su, elektrik, telefon olmak üzere, eğitim ve sağlık imkanları daha kısıtlı olduğu şehirli nüfus ile güçlü sosyal bağları olan ve bu kesim için dinlenme hizmeti sunan toplumun her kesimi için değerli olan zenginliklere de kaynaklık eden alanlar” olarak ifade edilmektedir (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2003; Aktaran: Uçar vd., 2010:47).

Kırsal ve kentsel alan kavramları arasındaki farklılık incelendiğinde insan, mal, sermaye ve diğer sosyal ortamlardaki faaliyetlerin de etkisi olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Frey ve Zimmer (2001), kırsal ve kentsel özellikleri birbirinden ayırmak için; nüfus ve yoğunluğu ele alarak ekolojik unsur, faaliyetlerin hangi türde (tarım, sanayi, hizmet...) olduğunu değerlendirerek ekonomik unsur ve davranışsal

özellikler, değerler ile sosyolojik unsurlar olmak üzere üç farklı kriter belirlemiştir (Kuşat, 2014:67).

Hem ülkeler arası hem de ülke içi bölgeler arası gelişmişlik düzeyindeki farklılıklardan dolayı dünya ülkeleri gelişmiş ve gelişmemiş olarak nitelendirilmektedir. Bu anlamda ülkeleri gelişmiş-azgelişmiş, sanayi toplumu-tarım toplumu, zengin-fakir olarak farklı şekillerde değerlendirmek mümkündür. Bu açıdan bakıldığında, çoğunluğun tarım ile uğraşan kırsal alanların oluşturduğu ülke ve/veya bölgelerin azgelişmiş olduğu söylenebilir. Bu sebeple neredeyse her ülkede bu farklılıkları yok etmek yada aza indirmek için kırsal alanları yerinde kalkındırmaya yönelik özel çabalar mevcuttur (Uçar vd., 2010:51).

Bu bağlamda kırsal kalkınma tanımı şu şekilde yapılabilir; küçük toplulukların içinde bulundukları ekonomik, toplumsal ve kültürel koşulları iyileştirmek amacıyla giriştikleri çabaların devletin bu konudaki çabalarıyla birleştirilmesi, bu toplulukların ulusun tamamıyla bütünleştirilmesi ve ulusal kalkınma çabalarına tam biçimde katkıda bulunmalarının sağlanma sürecidir (Geray, 1974:13; Aktaran: Uçar vd., 2010 : 53).

Kırsal alan ve kırsal kalkınma kavramlarından bahsederken hem günlük hayatıyla hem de kırsal alanlardaki üretim faaliyetlerine ilişkin katkısıyla kırsal kesim kadınının önemine de değinmek gerekmektedir. Kırsal kesim kadını, geleneksel yapısı ve yaptığı işler bakımından kentlerde yaşayan kadınlara nazaran farklı bir hayat yaşamaktadır. Kırsal kesim kadını, aile içinde ev işleri ve çocuk-yaşlı bakımını sorumluluk edinmişken bir yandan da aile ekonomisine katkıda bulunmak için farklı işlerle de ilgilenmektedir. Gerek tarımsal faaliyetlerde bulunarak bitkisel ve hayvansal üretime destek olmakta gerekse de el sanatları gibi tarım dışı işlerle uğraşıp gelir sağlamaktadır.

Ekonomide başarı ve sürdürülebilirliği sağlamak için ek çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır ve kalkınma modellerinde kullanılan kadın girişimciliği bu anlamda büyük önem arz etmektedir. Dünya bankasının uluslararası rakamları incelendiğinde, kayıtlı ekonomi içindeki şirketlerin yüzde 25-33'ü oranında sahiplerinin kadın olduğu ortaya çıkmaktadır ve yine Dünya bankasının yedi Orta Doğu ülkesinde

toplam 4.000 şirket sahibi üzerine yapmış olduğu bir çalışmada, işletme sahiplerinin %13 oranında kadın olduğu belirtilmiştir (Doğanalp ve Afşar, 2016:101).

2.1.1. Kırsal Alanların Kullanımı Ve Kalkınmaya Etkisi

Küreselleşme ile hem ulusal hem de uluslar arası ölçüde etkisi görülen bölgesel kalkınmanın önemi ortaya çıkmaktadır. Ekonomik gelişme ve kalkınma bir ülkenin bölgeleri arasında ekonomik ve sosyal açıdan refah düzeyini belirlemektedir ve bölgeler arası denge sağlanmasını gerektirmektedir. Bu sebeple bir ülkedeki ekonomik ve sosyal faaliyetlerin belli başlı merkezlerde toplanmasından kaynaklı bölgeler arasında gelişmişlik düzeylerindeki dengesizliklerin giderilmesi veya en az indirgenmesi açısından, bölgenin kendi dinamiklerinin ortaya koyması ve bu dinamiklerin harekete geçirilerek bölgesel kalkınmayı sağlaması hem gelişmiş hem de az gelişmiş ülkelerin en temel ekonomik amaçlarından biri olarak görülmektedir (Göküş vd., 2013:88).

Günümüzde kırsal alanlarda; yoksulluğun, açlık sınırının, işsizlik oranının, eğitimdeki yetersizliklerin, sağlık sorunlarının, dramatik göç hareketlerinin, kadın ve çocukların korunaksızlığının ve gelir dağılımındaki adaletsizliklerin gitgide artış göstermesi hem bireyi hem de bireyin içinde yaşadığı toplumu etkisi altına almaktadır (Soysal, 2013:168). Bu bağlamda bölgenin sahip olduğu potansiyellerin kalkınma sürecine dahil edilmesinde büyük bir rol oynayan girişimciler, girişimde bulunduğu faaliyetler doğrultusunda bölgesel farkları gidermek açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Girişimciliğin ekonomik kalkınma anlamında olumlu etkilerine değinen J. Schumpeter da girişimciyi iktisadi kalkınmanın temel başlatıcısı olarak tanımlamaktadır. Schumpeter girişimciliğin ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkılarını; girişimcilerin yeni ürünleri piyasaya sürerek yeni üretim tekniklerinin ortaya çıkacağını böylelikle yeni piyasalara girilebileceğini ve yeni hammadde veya yarı mamul kaynaklarının bulunacağını veya piyasanın yeniden organizasyonu gibi yöntemler ile yenilikleri adapte etmeleri sayesinde maliyetleri düşüreceğini ve/veya gelirleri artıracığını belirtmektedir (Yalman ve Gündoğdu, 2014:43).

Bu açıdan bakıldığında, kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için girişimcilik faaliyetlerinde de artış sağlanması gerektiği görülmektedir ve girişimciliği destekleyen kurumlar ve bireyler girişimcilik faaliyetlerini kırsal kalkınmayı hızlandırmada stratejik bir girişim olarak tanımlayarak desteklemektedirler. Ayrıca, kırsal girişimciliği kalkınma ajansları önemli derecede istihdam potansiyeli olarak algılarken politikacılar kırsal alandaki huzursuzluğu gidermede temel strateji olarak görmektedirler. Aynı zamanda çiftçiler kırsal girişimciliği tarımsal gelirlerini arttıracak bir araç olarak görürken kadınların da kendilerine özerklik sağlayan ve sosyal destek ihtiyaçlarını azaltan bir iş imkanı olarak ifade etmelerinin yanı sıra tüm bu gruplar açısından girişimcilik, bireyler, aileler ve toplumlar için yaşam kalitesini arttırıcı, sağlıklı bir ekonomi ve çevre oluşturan bir araç olarak görülmektedir (FAO, 1997).

Kırsal alanlarda girişimcilik faaliyetlerinin daha aktif ve sürdürülebilir hale gelebilmesi için Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Avrupa Birliği, Gönüllü Kuruluşlar ve Hükümetler daha fazla kaynak ve bilgi edinimine giderek daha çok zaman ayırmaya başlamışlardır. Özellikle ülke nüfusunun büyük bir çoğunluğunun kırsal alanda yaşadığı ve ülke ekonomisinin tarıma dayalı olduğu Türkiye gibi henüz gelişmiş ülke kategorisine erişmemiş ülkelerde, kırsal alan sorunlarının kırsal kalkınma sayesinde çözülebileceğini ve bu açıdan girişimcilik faaliyetlerinin de en önemli yardımcı kaynak olduğunu belirtmişlerdir (Soysal, 2013:168).

Bu sebeple erkek girişimcilerin yanı sıra kadın girişimcilerinde işgücüne dahil olması, bölgelerarası dengesizliğin olduğu ülkemizde önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin kalkınma konusundaki en temel sorunu, nitelikli işgücü yaratmak ve mevcut işgücünün istihdamını sağlamaktır. Teknolojik gelişmeleri takip edip uygulayabilen, kaynaklara erişimi sağlayıp onları kullanabilen ve organizasyon sağlayabilen yetişmiş işgücü potansiyeline sahip olmanın bu gibi ülkelerin kalkınmasında büyük bir etken olduğu görülmektedir (Aztimur, 2005:36).

Günümüzde kadın girişimcilerin kırsal alanlardaki önemine bakılacak olursa (Dünya Bankası, 2011) verilerine göre, kadınlar %40 oranından daha fazla küresel işgücünde, %43 oranında tarımsal işgücünde ve dünyadaki üniversite öğrencilerinin yarısından fazlası olarak eğitim alanında bulunmaktadır. Bu bağlamda, kadın

girişimcileri yönlendirme, destekleme ve güçlendirme açısından politikaların belirlenme ve uygulanma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır (Yalman ve Gündoğdu, 2014:41).

2.1.2. Kırsal Alanların Gelişimi Ve Sorunları

Dünyadaki tüm insanların refah içerisinde yaşaması amacıyla kırsal alanlarda yaşayanlar için kalkınma stratejileri geliştirilmeye başlanmış ve bu durum kırsal alan sorunu hangi bölgede yaşanırsa yaşasın sadece o bölgede yaşayanların değil diğer toplumların da sorunu haline gelmeye başlamıştır. Çünkü tarım, yoksulluk, çevre, küresel kirlenmeler, dramatik göç hareketleri, toprak kirlenmeleri, içilebilir su kıtlığı ve marjinal nüfus grupları gibi tüm toplumsal grupları ilgilendiren sorunlar, gerek bölgesel gerekse de ulusal bazda mücadele ederek çözüme kavuşturulabilecek sorunlar değildir. Küresel ölçüde çalışma ve stratejiyi beraberinde getiren bu sorunlar, küresel yaklaşımlar ve ulusal öncelikler aracılığıyla çözüme kavuşabilmektedir (Yılmaz ve Tolunay, 2007:108).

Türkiye'deki kırsal alanların büyük bir çoğunluğu, ekonomik ve sosyal açıdan az gelişmiş ve alt yapı yetersizliğinden kaynaklı yatırım cazibesi olmayan bir yapıya sahiptir (Uçar vd., 2010:48). Bu sebeple Türkiye'de yakın geçmişte sosyo-kültürel ve ekonomik kalkınma süreci, modernleşme çabalarını, sanayileşmeyi ve sosyo-ekonomik dönüşümü gerekli kılmış ve kırsal-kentsel alanlar arasındaki gelişmişlik düzeyinde belli başlı ayrımlar yaşanmasının yanı sıra bu alanlara özgü sorunları da beraberinde getirmiştir (Kaypak, 2012:19).

Türkiye'nin kırsal alanlarının sorunlarını ele alan literatürdeki çalışmalardan biri olan (Uçar vd., 2010:49-51), soyso - ekonomik sorunlar, hizmet (donatım) sorunları, göçler ve tarımsal yapı olarak 4 farklı kriterde değerlendirmiştir.

2.1.2.1.Soyso - Ekonomik Sorunlar

Türkiye'de dağınık bir düzene sahip olan kırsal yerleşmelerin sayısal anlamda fazla olması ve yerleşik nüfusun az oranda olmasının yanı sıra, aile yapısı, çocuk sayısı, toplumsal özellikler, toprak-aile ilişkileri, işletmelerin büyüklüğü, tarımda verimsizliğin artışı ve ailelerin gelir düzeyleri sosyo-ekonomik sorunlar olarak gösterilebilmektedir. Tarımsal gelişimin düşük hızda olup buna bağlı verimin de düşük olması ayrıca teknolojinin eksik olması kırsal alanların gelir oranında da

düşüklüğe sebep olmaktadır ve böylelikle sektörler arası gelir dağılımındaki dengesizlik kırdan kentlere göçlere sebep olmaktadır.

2.1.2.2.Hizmet (Donatım) Sorunları

Genellikle dağınık bir düzende yerleşmelerin olduğu kırsal alanların sayısal anlamda fazla olması, çoğunluğunun kamu kuruluşları tarafından sağlanan hizmetlerin ulaşımında sorun yaşanmasına sebep olmaktadır.

2.1.2.3.Göçler

Türkiye ekonomisinin sanayileşme ve hizmet sektörüne yönelme sürecinde yaşadığı yapısal dönüşümler, kırsal alanların gelişme ivmesini kazanamamasına ve böylelikle oluşan bölgeler arası dengesizlik sonucu kırdan kente göçlere sebep olmuştur. Yıllara göre değişen oranlarla yaşanan göçlerin kırsal alanların ekonomik ve sosyal yapısı açısından etkileri bölgeler arasından değişiklik göstermektedir. Marmara bölgesi, Ankara ili, Ege ve Akdeniz kıyı boylarında bulunan illerin köylerine göç edilirken, ülkenin diğer kısımlarının bir çoğunluğunun da göç verdiği görülmektedir.

2.1.2.4.Tarımsal Yapı

İşletme başına düşen tarım arazisinin az oranda olması ve özellikle miras hukuku dolayısıyla çok parçaya bölünmesi tarım işletmeleri sayısının artışına sebep olmuştur. İşletmelerin ekonomik alanda üretimi için uygun ölçüde olmaması, arazilerin amaçları doğrultusunda kullanılmaması, işleme ve gübrelemelerin uygun teknikle yapılmaması ve tarımsal planlamasının bulunmaması gibi birçok yetersizlikten ötürü karşılaşılan sorunlar kırsal alanların tarımsal yapılarındaki sorunlar olarak gösterilebilmektedir.

Bir diğer çalışma ise (Başbüyük, 2004:54-61), coğrafi özelliklerden kaynaklanan sorunlar ve kurumsal sorunlar olarak kırsal alanların sorunlarını iki ayrı kategoride incelemiştir.

2.1.2.5.Coğrafi Özelliklerden Kaynaklanan Sorunlar

Coğrafi konumu itibariyle Türkiye, bölgeler arası yüksekliğe bağlı sıcaklığın değişiklik gösterdiği bir ülkedir. Bu durum bazı bölgelerde ürün çeşitliliğinin azalmasına ve bazı tahıl türleri dışında ürün yetiştirememe sorununun yanı sıra sadece hayvancılık faaliyetlerinin gerçekleştirildiğini ortaya çıkarmaktadır.

Türkiye’de kısa mesafelerde bile çok değişken olan sorunlu fiziki ortam şartlarının, farklı ekonomik alternatifler sunmasının yanı sıra, insan yaşantısında çevreye müdahaleyi de gerektirmektedir. Bu bağlamda, 1950’den sonra Türkiye’nin özellikle doğu bölgesinde nüfus kaybına uğranarak göçler yaşanmıştır ve bu durum daha çok genç nüfusun göç etmesinden dolayı kırsal alan nüfusunun yaşlanmasına sebep olmuştur.

Türkiye’de kırsal alanlarda sürekli ve geçici yaşayan nüfus sayısının belirlenmesi de göçlerden dolayı meydana gelen bir diğer kırsal sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Kentsel nüfusun yaz aylarını kırsal alanlarda geçirip sonbaharda geri dönmesi sonucunda mevsimsel olarak nüfus farklılığının oluşmasını meydana getirmektedir. Hatta bu durum nüfus sayımlarında yanlış oranlarla kırsal alan nüfusunun 3-4 kat daha fazla olduğu yanlışlığına sebep olmaktadır.

2.1.2.6.Kurumsal Sorunlar

Kırsal alanların kalkınması esasen bölgesel olmasının yanı sıra o ülkenin toplum yapısını da etkileyebilen sonuçlara sahiptir ve bu sebeple kalkınma yaklaşımlarının yöresel, bölgesel ve ulusal nitelikte olması her kırsalın kendine özgü kalkınma stratejisi gerektirdiği önemini ortaya çıkarmaktadır. Yöresel, ulusal ve küresel ölçüde yatırımlar, kırsal alanları kendi içinde gruplara ayırarak hem yatırım türü hem yatırım yapılacak alan olarak öncelik sırasına göre belirlenmesini gerektirmektedir. Yatırımların bu şekilde ayrılması, her bir bölgenin ihtiyacı doğrultusunda faaliyetler gerçekleştirilerek kırsal alanın kendine özgü sorunlarının giderilmesine yardımcı olunmasının yanı sıra yapılan yatırımların olumlu sonuç vermesini sağlamaktadır.

Kırsala özgü yatırımlar, kırsal alandaki yerleşme sayılarının fazla olmasından dolayı çok fazla sermaye gerektirmekte ve dağınık doğal ve beşeri ortamın varlığı da riski beraberinde getirmektedir. Ülke vatandaşlarının sorunları gerektiğinde sahiplenmemesi, devletin yüksek oranda risk üstlenerek mevzu bahis yatırımlara gününbirlik kazanç yaklaşımında bulunmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, önceliklere göre sıralanan yatırımların uzun, orta ve kısa vadeli hedefler doğrultusunda katılımcılar aracılığıyla gerçekleştirilmesi ile başlangıçta faiz oranı düşük ve farklı destekler sağlanarak özel sektörün kırsal alanlara yatırım sağlaması büyük önem arz etmektedir.

Kırsal alanlarda yaşanan bir diğer sorun ise, kalkınma modellerinin siyasi içerik barındırmasıdır. Yönetimin değişmesiyle uygulamadan kaldırılan bu modellerin sürdürülebilir olması gerekliliğinin yanı sıra kalkınma modelleri siyasi söylemler ve uygulamaların aksine ulusal potansiyel ve çıkarlar doğrultusunda proje ve yatırımlara yönelimi gerektirmektedir. Aynı zamanda yaklaşımların veya planlamaların ulusal ve bölgesel düzeyde standart model uygulamalarından ziyade yöresel değişkenlere göre belirlenip yerel ölçüde olması gerekmektedir.

Türkiye’de 1970’li yıllardan günümüze kadar önemi gitgide artan dördü tamamlanmış toplam altı adet kalkınma projesi bulunmaktadır;

- Çorum-Çankırı Kırsal Kalkınma Projesi (1976-1984),
- Erzurum Kırsal Kalkınma Projesi (1982-1989),
- Bingöl-Muş Kırsal Kalkınma Projesi (1990-1999),
- Yozgat Kırsal Kalkınma Projesi (1991-1998),
- Erzincan-Sivas Kırsal Kalkınma Projesi (2005-2011),
- Ordu-Giresun Kırsal Kalkınma Projesi (1998-2005)

Ayrıca bölgesel düzeyde Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), Doğu Anadolu Projesi (DAP) ve Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Projesi (DOKEP) gibi bölgesel kalkınma modelleri de, projelerin bölgesel olmasından ziyade iller ve hatta ilçeler bazında daha yerel planlanması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır (Cengiz ve Akkuş, 2012:66).

Kırsal alanların kalkınması, köylünün kalkınması anlayışıyla tarım politikaları ile eş değerde görülmektedir fakat kırsal kalkınma politikaları, ekonomik faaliyetlerin yanı sıra sosyo-kültürel faaliyetleri de içeren kapsamlı bir uygulamadır. Dünyada da örnekleri verilebilen kırsal kalkınma politikaları Türkiye’de, beş yıllık kalkınma planları ile ortaya çıkmıştır ve 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile kırsal kalkınmaya yer verilerek, sürdürülebilir kalkınma ilkesi ile gelir ve istihdamın artırılması esas amaç olarak belirtilmiştir. 9. Kalkınma Planı ise yedi yıllık olarak, kırsal kalkınmanın tarımsal faaliyetler ve bölgesel politikaların yanı sıra eğitim, sağlık, sosyal güvenlik, sanayi ve ticaret, istihdam, nüfus, kültür, konut ve kentleşme, enerji, turizm ve çevre

sektörleri bağlamında da önemini vurgulayan Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi ile Kırsal Kalkınma Eylem Planı amaçları doğrultusunda hazırlanmıştır (Kaypak, 2012:19-20).

Kırsal kalkınma programlarında projeler tasarlanırken bazı prensipleri gerektirmektedir ve kırsal kalkınma çalışmalarında aktif olan bu prensipler, kırsal kalkınmanın da temel prensipleri olarak nitelendirilebilir (Tolunay ve Akyol, 2006:125)

- Herkese Ulaşılabilirlik: Kırsal kalkınma çalışmalarının sağlayacağı fayda, bölgede bulunan ve bu çalışmalara ihtiyacı olan, gönüllü ve istekli bütün kişilere ulaşabilmelidir.
- Bağımlılık yaratmamak: Kırsal kalkınma çalışmaları, bölge halkını destekleyecek biçimde planlanmalı ve çalışmalar geçim güvenliği bakımından insanları, bu gibi çalışmalara bağımlı hale getirmemelidir.
- Sürdürülebilirlik: Kırsal kalkınma çalışmaları kısa dönemli olduğunda hızlı sonuç veren geçici çözümler verdiği için uzun dönemli sürekli ve geçici olmayan, geleceğe yönelik çözümlerle başarı sağlanmalıdır.
- Aşamalı yaklaşım: Kırsal kalkınma çalışmalarında insanlara ulaşılması istenilen her bir yenilik (teknoloji, kültür, vb.) bir anda verilerek değil şaşkınlık ve tereddüt yaratmadan aşamalı olarak götürülmelidir.
- Katılım: Kırsal kalkınmada, “insanlar için değil insanlarla birlikte hareket etme” güdüsüyle bölge halkının fikir ve görüşleri alınarak uygulamaların her aşamasında katılımları sağlanmalıdır.
- Etkililik: Kırsal kalkınma çalışmalarında, kırsal kaynakların kullanımının yeterliliğinden ziyade verimliliği dikkate alınmalıdır.

Bu bağlamda, Türkiye’de gelişmişlik farklılıklarının giderilmesine yönelik uygulanan politikaların kırsal alan sorunlarına çözüm getirebilmesi için merkezi yönetim, yerel yönetimler, özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin işbirliği ile kırsal alan kaynaklarının etkin ve verimli kullanılarak bölge halkının da katılımı ile kırsal kalkınma faaliyetlerinin hızlandırılmasının önemi ortaya çıkmaktadır.

2.1.3. Kırsal Turizm

Özellikle Sanayi Devrimi sonrası ulaşımdaki teknolojik gelişmeler ve 20. Yüzyıl ile beraber hava ve yol araçlarındaki teknolojik gelişmeler sayesinde turizm daha yaygın gerçekleşen bir olay olmaya başlamıştır. Dünya çapında turizm faaliyetlerine olan ilgi ve turizme olan yatırım arzusunun artması turizmi önemli bir alan haline getirdiği görülmektedir. Çok eski zamanlardan beri gerçekleştirilen bir olgu olmasıyla birlikte birden fazla tanımı bulunmaktadır (Cengiz ve Akkuş, 2012 : 63).

Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre turizm ; “insanların yaşadıkları çevrenin dışındaki bir yerde yirmi dört saatten az ve bir yıldan fazla kalmamak şartıyla, eğlence, iş, sağlık, boş zaman ve spor gibi çeşitli amaçlarla gerçekleştirdiği faaliyetler” olarak tanımlanmaktadır (Uçar vd., 2010: 1).

6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanununun 36. maddesi gereği, Bakanlar Kurulunun 5.8.1955 gün 5643 sayılı kararıyla yürürlüğe konulan Turizm İşbirliği Tüzüğü'nün 3. maddesinde turizm; “yerleşmek niyeti olmaksızın hava tebdili yapmak, tedavi edilmek, eğlenip dinlenmek gibi maksatlarla kültür ya da sanat hareketleri nedeniyle toplu ya da bireysel yapılan seyahatlerdir”olarak tanımlanmaktadır (Kozak vd., 2013 : 3).

En geniş tanımıyla turizm, “ insanların devamlı ikamet edip, çalıştıkları ve günlük gereksinimlerini karşıladıkları yerler dışında; yerleşmemek ve ekonomik anlamda gelir elde etmemek şartıyla dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kültür, deneyim kazanma, akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılma, dini faaliyetlerde bulunma gibi benzeri nedenlerle bireysel ya da topluluk halinde yaptıkları seyahatlerde ve gittikleri yerlerde en az bir gece konaklayarak turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleri ile ortaya çıkan iş ve ilişkiler bütünüdür” şeklinde ifade edilebilmektedir (Barutçugil , 1986 ; Uçar vd., 2010: 1).

Turizm ülke ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır ancak günümüzde ülkelerin ekosistemlerine verdiği olumsuz etkileri de açıkça görülmektedir. Bu sebeple alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmış ve devletler turizm politikaları ve stratejik planlamalar gerçekleştirmiştir (Kesici, 2012 : 33). Özellikle son yıllarda turizmin gelişmesiyle uluslar arası turizm hareketlerine katılanların farklı talepleri turizm

arzında büyük bir çeşitlilik gerektirmektedir ve deniz, kum, güneş olarak bilinen klasik turizm anlayışı, turistlerin ilgisinin başka yöne kaymasıyla alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Çeken v., 2007 : 6).

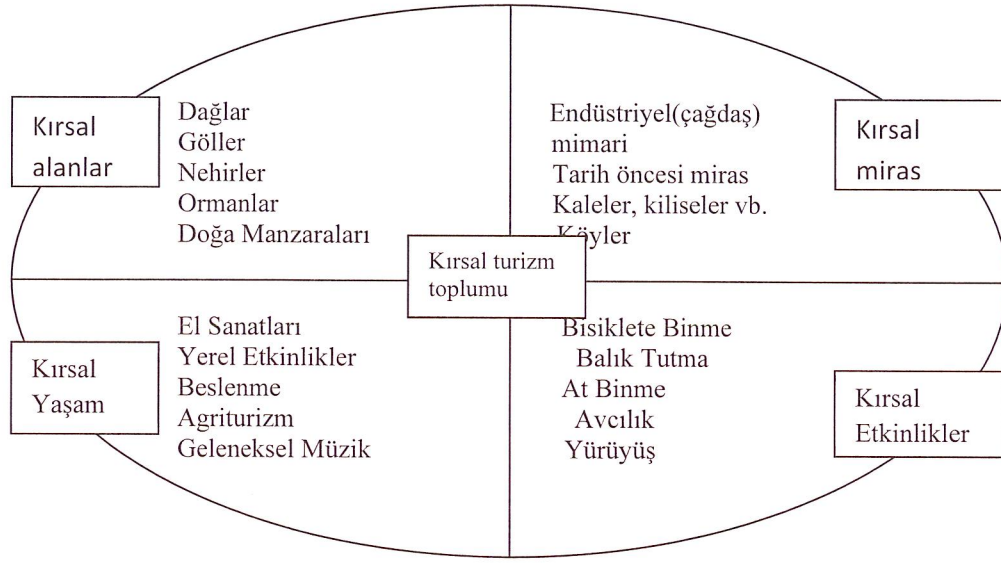
Şehir hayatında sosyo-ekonomik durumun yükselmesi, iş hayatının stresinden uzaklaşma, çevre kirliliği ve gürültüden kaçma arzusu ile insanlar kitle turizminden kişiye uyumlaştırılmış turizm türlerine yönelmiş ve doğayla iç içe, yerel halka saygılı ve yerel ekonomiyi gözetten bir çok turizm çeşidi ortaya çıkmıştır (Cengiz ve Akkuş, 2012 : 63). Dağcılık, yayla turizmi, kültür turizmi, av turizmi, su sporları gibi alternatif turizm çeşitlerinden biri de kırsal turizmdir (Çeken vd., 2007 : 2).

Kırsal turizm; kırsal kültür, doğal çevre ve tarımla bütünleşmesi yönüyle ve aynı zamanda diğer turizm çeşitleriyle kolay bir şekilde entegre olabilen bir turizm çeşitidir. Bu sebeple çeşitli yerel, ulusal ve uluslararası girişimler ile içeriği genişletilen kırsal turizm, dünyanın bir çok ülkesindeki insanın tatil için kırsal alanlara ilgisini çekebilmektedir. Kırsal turizmin turizm sektörünü geliştirmeye yönelik işlevleri özet olarak aşağıdaki gibi açıklanabilmektedir (Soykan, 2003 : 2-9).

1. Her mevsim yapılabilen bir turizm çeşidi olması,
2. Turizmin coğrafi dağılışıda denge unsuru olması,
3. Birçok turizm türüne uyum sağlayabilmesi,
4. Rekreatyonel etkinliklerin çok çeşitli ve özgün olması,
5. Turist profilinin farklı olması,
6. Doğal çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunması,
7. Sürdürülebilir turizm anlayışına hizmet etmesi,
8. Ülke tanıtımında önemli bir araç olması.

Kırsal turizmi daha iyi bir şekilde ifade edebilmek için, bileşenlerini aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür (Halbway, C. J., Taylor, N. 2006; Çeken vd., 2007 : 7)

Şekil.2. Kırsal Turizm Bileşenleri



Kırsal alanların hem tarım, hem turizm kaynağı olarak kullanılması, kırsal bölgelerin ekonomik büyüme ve gelişmesine önemli derecede katkı sağlamaktadır. Günümüzde kırsal alanlardaki ekonomik etkinliğin azalması, tarım sektörünün içerisinde bulunduğu yeniden yapılanma süreci ile kırsal sanayi küçülmeye başlamış ve bunun sonucunda kırsal işsizliği beraberinde getirerek kırsal alanlardan kente göç hareketleri başlayarak nüfusun azaldığı görülmektedir. Bu bağlamda, kırsal turizm kırsal alanların ekonomik ve sosyal açıdan yeniden yapılandırılması, geri kalmış bölgelerin yaşayabilmesi ve kırsal toplumun yaşam koşullarını iyileştirmek için alternatif bir kalkınma stratejisi olarak değerlendirilmektedir (Aydın, 2012 : 40).

Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya olan etkileri genellikle sosyo-ekonomik, kültürel ve fiziksel olarak değerlendirilmektedir. Başlıca sosyo ekonomik etkileri; yeni yatırımlar yapılarak, yeni alternatif kaynakların kırsal alanlara aktarılması ile yöre halkına ek gelir ve istihdam sağlanarak ülke kalkınmasına fayda sağlanmasıdır. Kırsal turizmin gerçekleştirilebilmesi için ortak toplumsal hareket desteklenmeli, cinsiyet ve diğer güç dengesizliklerinin en aza indirilmesi sağlanmalıdır. Böylelikle bu bölgede çalışan nüfusun cinsiyet oranı birbirine yaklaşması ile kadının

toplumsal hayattaki yeri ve önemi artış gösterecektir. En nihayetinde kırsal toplumların refah seviyesi de artış gösterecektir (Roberts ve Hall, 2003: 5).

2.1.4. Kadın Girişimcilerin Yatırımları Ve Özellikleri

Bir ülkenin coğrafi özellikleri o ülkede yaşayan insanlara farklı ekonomik seçenekler sunmasından dolayı ülkenin fiziki konumundan ötürü de yatırımların çeşitliliğini zorunlu hale getirmektedir. Ülkelerdeki nüfus artışı, bölgeler arası göç hareketleri, kentleşme, tüketim oranındaki artış ve sanayileşme ile gelen hammadde talebindeki sorunlar üretim alanında verimliliği gerektirmektedir ve böylelikle yatırımların da ivedi şekilde zorunluluğunu öne çıkarmaktadır.

Ancak kırsal alanların yerleşiminin dağınık ve az nüfuslu olmasına rağmen fazla sayıda olmasından kaynaklı yerleşme özellikleri büyük oranda değişkenlik göstermektedir ve bu durum yatırımların güçleşmesine sebebiyet vermektedir. Bu bağlamda, yatırımların ülke genelinde dengesiz bir şekilde dağılmış olmasından ötürü kentleşmenin belli başlı alanlarda yoğunlaşması ve şehirlerin yanı sıra bir çok küçük il ve ilçede kırsal işlevler ile kentsel işlevler iç içe girdiği için kentleşme süreci hız kaybetmiş ve Türkiye'nin kırsal kalkınma planları istenilen ölçüde başarıya ulaşamamıştır (Başbüyük, 2004:58).

Gelişmekte olan ülkelerde, eğitim seviyesinin düşük olması, toplumun önyargıları, cinsiyet eşitsizliği algısındaki güçlenme ile kadının toplum içerisindeki yeri önem kazanmıştır. Bu durum kadının kırsal kalkınmadaki öneminin fark edilmesine ve kalkınma sorunlarının kadın girişimciliği ile giderilebileceğine dikkat çekmiştir. Türkiye nüfusunun dörtte biri kırsal alanda yaşamaktadır ve istihdam tarım tarafından sağlanmaktadır. Bu sebeple kadınların kırsal alanlarda girişimcilik faaliyetlerinde bulunması büyük önem arz etmektedir. Gelişmekte olan ülkelere biri olan Türkiye'de kırsal kalkınma çalışmalarının istenilen doğrultuda sonuç vermiyor oluşunun ana sebeplerinden biri de kadın girişimcilerin ekonomik hayatta yeteri ölçüde bulunmamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca ekonomik büyümenin sağlanması, sektörlerin çeşitli hale getirilmesi, istihdamın arttırılması ve yerel kaynakların daha aktif kullanılması açısından da kadın girişimciliği önemli bir faktör olarak görülmektedir (Soysal, 2013:163-164).

(Lashgarara, 2011), kırsal alanda girişimciliğin ekonomik ve sosyal olmak üzere iki temel hedefinden bahsetmektedir (Soysal, 2013:169) ;

Ekonomik hedefler

- Gelir artışının sağlanması,
- Sermayenin dönüşümünün hız kazanması,
- Kredi kullanma yeteneğinin geliştirilmesi,
- Yatırımla ilgili işlerin kolay hale getirilmesi,
- Girişim risklerinin en az seviyeye indirilmesi,
- İş, sermaye ve birim alan verimliliğinde artış sağlanması,
- Satış imkanlarının geliştirilmesi,
- Pazarlama zincirinin işlerliğini sağlamak ve
- İşletmenin yönetim ve örgütlenme yapısının rasyonel hale getirilmesi

Sosyal hedefler

- İş ve boş zamanın iyi değerlendirilmesi,
- Sosyal güvenlik ile ilgili önlemlerin alınması,
- Bireyin kaza, hastalık ve ölümü ile oluşan zorlukların ortadan kaldırılması,
- İçinde bulundukları mevcut zorlu koşulların iyileştirilerek, kadın ve çocukların tarım ile ilgili işlerini hafifletilmesi ve kolay hale getirilmesini sağlamak.

Ülkelerin ekonomik gelişmelerinde; yeni istihdam alanları yaratılması, ürün çeşitliliğinin sağlanması, yerel kaynakların daha fazla hayata geçirilmesi ve yerel ekonomiyi kalkındırmada rol üstlenen kadın girişimcilerin faaliyetleri büyük önem arz etmektedir (Aşkın ve Barış, 2016: 65). Bu bağlamda kırsal alanda girişimcilik faaliyetleri tarımsal kalkınma, kırsal kalkınma ve kırsal sanayi olarak üç temel bileşende incelenmektedir (Gülçubuk, 2010; Aktaran: Soysal, 2013:169);

- Tarımsal Kalkınma, tarım (bahçe, tarla, hayvan yetiştiriciliği vb.), ormancılık, balıkçılık gibi alanlarda gösterilen faaliyetler,
- Kırsal Kalkınma, tarım, ormancılık, balıkçılık, sağlık, küçük girişimcilik, ekoloji, çevre, turizm, su, konut, eğitim, alt ve üstyapı

hizmetleri, teknoloji, kadın, çocuk, toprak sahibi olmayanların istihdamı ve birçok sayıda diğer programlar

- Kırsal Sanayi, tarım, orman, tıbbi bitkiler gibi yerel kaynakları yerinde kullanma veya talep doğrultusunda yerel ürünlerin pazarlanabilir hale getirilip üretimi ve yeri geldiğinde ihracat edilebilmesi gibi unsurlar bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Kırsal alanların kalkınması, köylünün kalkınması anlayışıyla tarım politikaları ile eş değerde görülmektedir fakat kırsal kalkınma politikaları, ekonomik faaliyetlerin yanı sıra sosyo-kültürel faaliyetleri de içeren kapsamlı bir uygulamadır (Kaypak, 2012: 19). Tarımsal kalkınma, sadece tarım faaliyetlerinin ve ormancılık ve balıkçılık gibi yöre kaynaklarına özgü alanların iyileştirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla yerel ölçüde kalkınma planlarını kapsamaktadır. Ancak kırsal kalkınmanın amaçları daha çok ulusal ölçüde etkisini göstermektedir.

Kırsal kalkınma çalışmalarının en temel hedeflerini ekonomik, sosyal ve örgütsel olmak üzere üç boyutta aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Gülçubuk, 1997; Aktaran: Uçar vd.,2010:53):

- Ekonomik boyutu; bireyin daha fazla harcama yapabilmesi ve ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabilmesi için daha fazla kazanç sağlaması,
- Sosyal boyutu; toplum ilişkilerini daha düzenli hale getirip daha fazla amaç doğrultusunda yaşama şekli oluşturmak,
- Örgütsel boyutu; bireyin planlar dahilinde faaliyetler göstermesi ve belirgin davranışlar sergilemesi.

Bu bağlamda, tarımsal faaliyetlerin yanı sıra çeşitli becerileri ile turistik talepleri karşılamak üzere gelir edilebilmesini sağlayan kırsal turizm faaliyetlerinden de bahsedilebilir. Kırsal alanlarda toplum tarafından boş zaman uğraşı olarak görülse de kadınlar el becerilerini kullanarak sanatsal faaliyetler içerisinde bulunmaktadır. Bu faaliyetler küçük ölçekte de olsa kadınların gelir elde etmesini sağlamaktadır ama buna rağmen girişimcilik olarak nitelendirilmemektedir. Ancak kadınların üretim ve hizmet sürecine başlangıçtan sonuca kadar faal bir şekilde katılım sağlaması (üretimi evde gerçekleştirerek pazara götürmesi, küçük miktarlarda da olsa düzenli ve/veya düzensiz satışlar yapması, yerel kaynakları kullanması vb.), tüm bu süreçlerde karar

veren kişi olarak kontrolü elinde tutması kırsal alanlardaki kadınların da girişimcilik faaliyetinde bulunduğunu göstermektedir (Soysal, 2013:170).

Günümüzde teknolojik gelişmeler doğrultusunda artan internet aracılığıyla satışlar, toplumun her bir bireyini etkisi altına almıştır. Hem üretici hem de tüketicinin birçok platformda buluşarak ekonomik faaliyetlerde bulunması sonucunda artık insanlar ürün ve hizmete kolay bir şekilde ulaşım sağlamaktadır. Bu durum gerek evde gerekse de ev dışı mekanda üretimi yapılan ürünlerin, internet üzerinden satışını sağlayacak bir çok kadına girişimcilik faaliyetlerini geliştirmesi adına destek vermektedir.

Tüm internet ilintili girişimlerin ve yatırımcı profillerinin oluşturulduğu, alınan yatırımları, tiplerini ve kimler tarafından yapıldığı gibi daha birçok önemli bilgiyi edinmemizi sağlayan bir veri tabanı olan Crunchbase'in 2017 yılında yayınladığı rapora göre; tüm dünyada “yeni girişim” olarak da ifade edilebilen startup ekosisteminde kadın girişimcilerin oranının %17 olduğunu açıklamıştır. 2009 yılında %9 iken 2011 yılında artış göstererek %14'lere çıkan bu oran sonraki yıllarda çok fazla değişim sağlamamıştır. Bu durum erkek egemen girişimciliğinin de artış sağlamadığını ifade ederken bunun için herhangi bir çaba sarf edilmediği ve pozitif ayrımcılığın yapılmadığını göstermektedir. Türkiye’de startups.watch verilerine bakıldığında ise Türkiye, dünya ortalamasının 2 puan altında seyir göstererek girişim ekosisteminde kadın girişimcilerin oranı %15 olduğu görülmektedir. Yatırım adedi olarak ele alındığında, 2017 yılında Türkiye’de yatırım alan girişimcilerden 71 girişimin %21 oranında 15’inde kadın girişimciler olduğu, yatırım tutarı olarak ise, toplam yatırım miktarının 42.6 milyon dolar olduğu girişimlerde kadın girişimcilerin 6.6 milyon dolar yatırım aldığı toplam yatırım miktarının %15’ini kadın girişimcilerin topladığı ortaya çıkmaktadır (<http://www.milliyet.com.tr/serkan-unsal/kadin-girisimci-oranlarinda-teknoloji-2508407/>)

2.1.5. Kadın Girişimci Yatırımlarının Yerel Kalkınmaya Etkisi

Günümüzde yerel ekonomik kalkınma, yerel ölçüde kamu, özel ve sivil toplum kuruluşları arasında güçlü işbirliği gerektirmektedir. Yerel ekonomi kapasitesinin daha fazla geliştirilmesini hedefleyerek yeni girişimciler yaratılması ve mevcut girişimcilerin daha fazla güçlendirilmesi ekonomik büyümeyi hedefleyen bir politika

için büyük önem arz etmektedir. Girişimcilik özelliklerine sahip kişiler sadece faaliyet gösterdiği işletmelerinin başarısı ile bireysel ölçütte değil aynı zamanda yöresel, bölgesel ve ulusal anlamda katkı sağladıkları için kalkınma süreçlerinde aktif rol oynamaktadırlar.

Yerel ekonomik kalkınmanın sağlanması ve yönetilmesi, yerel ekonominin içinde yer alan aktörlerin gereğince ekonomik hayatta yer alması ile gerçekleşmektedir. Yerel ölçüde gerçekleşen kalkınmanın başarılı olması, doğru müdahale araçlarının seçilmesi, yerel aktörlerin katılımı ve rolüne bağlı bulunmaktadır. Bu bağlamda, potansiyel kadın girişimciler ve iş hayatında faaliyet gösteren kadın girişimciler de birer yerel aktörlerdir ve bu kadınların yönlendirilmesi, desteklenmesi ve güçlendirilmesi gerekmektedir (Can ve Karataş, 2007:252). Ayrıca bölgedeki kadınların eğitim seviyeleri artış gösterdikçe iş hayatına katılım oranlarında da artış sağlanacaktır ve böylelikle atıl konumdaki kadın işgücünün ekonomiye kazandırılması sonucunda bölgesel dengesizliklerde azalma görülecektir (Memiş vd., 2007:140-141).

Dünya nüfusunun neredeyse yarısını oluşturan kadınların ekonomik hayata katılım sağlanması, ekonomik değer üretmesi ve böylelikle kalkınmada önemli etkileri olmasına karşılık kadınlar ekonomik kalkınmanın faydalarından erkeklerden daha az oran da yararlanmaktadır. Bu durumun en önemli nedenlerinden biri de ataerkil toplum yapısının sebep olduğu cinsiyet ayrımcılığı faktörüdür. Kadını ev içi sorumluluklara tabi tutan ve ev dışı herhangi bir faaliyetin ikinci görev olarak gösterildiği bu bakış açısı, küreselleşme ile esnek ve ucuz emek arayışı sonucunda kadın istihdamında artış olmasına rağmen tüm dünyada halen kadın emeğinin büyük ölçüde ücretsiz aile işçisi olmasının yanı sıra düzenli gelir sağlanmayan alanlara yönelmesine sebep olmuştur (Göküş vd. 2013:92).

Aşağıdaki tabloda TÜİK 2017 yılında yapılan cinsiyetlere göre çalışma durumu istatistikleri verilmiştir.

Tablo. 14. Cinsiyetlerin İşteki Durumu (1000)

İşteki durum	Kadın	Erkek	Toplam
Ücretli veya yevmiyeli	5.808	13.662	28.515
İşveren	125	1.146	19.469
Kendi hesabına	829	4.025	1.271
Ücretsiz aile işçisi	2.142	780	2.921

(Kaynak : TÜİK Kasım 2017)

Tablo 14'e bakıldığında, toplamda 28.515 kişiden kadınların 5.808'i ücretli veya yevmiyeli, 125'i işveren, 829'u kendi hesabına ve 2.142'si ücretsiz aile işçisi olarak çalışmaktadır. Erkeklerin işteki durumları ile kıyaslandığında oldukça büyük oranda fark görülmektedir.

Yerel ekonomik kalkınma için önemli rol oynayan kadın girişimci emeğinin genellikle ihmal edilip doğru kullanılmaması büyük oranda ekonomik bir kayıp olarak görülmektedir. Bir ekonomide kapasitenin tam olarak kullanılabilmesi, üretim faktörlerinden olan kadın emeğinin beceri ve yeteneklerinin etkin bir şekilde kullanıldığı faaliyetler doğrultusunda gerçekleşmektedir. Günümüzde kadınlar tarımsal işgücünün %43'ünü oluşturmaktadır (Yalman ve Gündoğdu, 2014:41).

Tablo.15. İstihdam Edilenlerin Cinsiyet Ve Kayıtlılık Dağılımı

	Kadın	Erkek	Toplam
Tarım	2.382	2.915	5.297
Kayıt dışı çalışan	2.232	2.228	4.461
Kayıt dışılılık oranı	%93,7	% 76,4	% 84,2
Tarım dışı	6.522	16.697	23.218
Kayıt dışı çalışan	1.608	3.510	5.118
Kayıt dışılılık oranı	% 24,7	% 21	% 22

(Kaynak: TÜİK Kasım 2017)

Tablo 15'te işte sigorta ve kayıtlılık durumu cinsiyet kapsamında değerlendirildiğinde; tarımda faaliyet gösteren kadın ve erkek sayısı hemen hemen aynı olmasına rağmen kayıtlılık oranı büyük fark göstermektedir. Tarımda faaliyet gösteren kadınların %93,7'si kayıt dışı çalıştırılırken, erkeklerin %76,4'ü kayıt dışı çalıştırılmaktadır. Tarım dışı faaliyet alanlarında çalışan kadın sayısına bakıldığında ise, erkek bireylerle neredeyse aynı sayıda oldukları ortaya çıksa da, tarım dışı alanlarda istihdam edilen kadın bireylerin %24,7'sinin bir sosyal güvencesi olmaması göz ardı edilememektedir. Aşağıdaki tabloda TÜİK 2017 Temel İşgücü Göstergeleri veri tabanına göre işgücü ve işsizlik istatistikleri verilmiştir.

Tablo.16. İşgücü ve İşsizlik İstatistikleri Kasım 2017 (1.000 kişi)

	Kadın	Erkek	Toplam
15 yaş üzeri nüfus	30.399	29.824	60.223
İşgücü	10.287	21.503	31.790
İşgücüne katılım oranı	%33,8	%72,1	%52,8
İstihdam oranı	%29,3	%65,8	%47,3
İşsizlik oranı	%12,6	%8,8	%10,3

(Kaynak : TÜİK Kasım 2017)

Tablo 16'ya bakıldığında; ülkede 15 yaş ve üzeri toplam 60 milyon 223 bin kişi bulunmaktadır. Bu nüfusun 30 milyon 399 binini kadınlar oluşturmaktadır. İşgücü olarak tanımlanan nüfus ise 31 milyon 790 bin, bu sayının 10 milyon 287 binini kadınlar oluşturmaktadır. Bu sayılar oransal olarak incelendiğinde;15 yaşın üzeri toplam nüfus içerisinde istihdam oranı, kadınlarda %29,3 iken erkeklerde %65,8 olması büyük oranda eşitsizlik olduğuna dikkat çekmektedir. Kadınların oransal olarak erkeklerden fazla olduğu tek gösterge toplamda %10,3 olan işsizlikte, %12,6oranında kadınlar iken erkeklerde bu oran %8,8'i göstermektedir. Kadınların işgücü oranındaki artış, verimli faaliyetlerinin gelir sağlaması, ekonomik hayatta barınmaları ve eğitime katılım oranlarında artış sağlaması gibi birçok faktörle yerel kalkınmada büyük paya sahip oldukları görülmektedir (Yalman ve Gündoğdu, 2014: 44). Kadın emeği karşılığının, işgücü maliyetinin ve kayıt dışı istihdamın yüksek

olduğu sektörlerde daha yüksek miktarda verilmesi kayıt dışı istihdamının azalmasına katkıda bulunduğu bir gerçektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmadaki temel amaç iki farklı ülkede kırsal alanda yaşayan kadın girişimcilerin; girişimcilik aşamalarında genel olarak kadın olmaktan kaynaklı karşılaştıkları sorunlar ve özelinde karşılaştıkları finansal sorunları ele alarak her iki ülkedeki kadın girişimcilerin arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktır.

Bu çalışma Türkiye’de Muğla ili kırsalında Milas ilçesi ve Polonya’da kırsal alan niteliğinde olan Bydgoszcz ilinde faaliyette bulunan girişimci kadınların karşılaştıkları finansal sorunların karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır.

Milas ilçesi kırsal alan ve turizm bölgesi kabul edilerek uygulama alanı olarak seçilmiştir. Milas turizmin yoğun olduğu bir geçiş noktasında olup girişimcilerin müşterileri belli dönemlerde turistler olmaktadır. Tarımsal faaliyetlerin sürdürüldüğü, her birinin şehir merkezine kısa mesafede bulunduğu köy nüfusunun girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirdiği Bydgoszcz iline yıl boyunca turistler gelmektedir.

2004 yılından beri Avrupa Birliği üyesi olmasına rağmen halen gelişmekte olan ülkeler arasında olan Polonya’nın kırsal şehri Bydgoszcz ile gelişmekte olan ülkeler arasında olan Türkiye’nin kırsal alan niteliğindeki Milas ilçesinde bulunan kadın girişimcilerin karşılaştırıldığı bir çalışma literatürde henüz bulunmamaktadır. Bu bağlamda, bu çalışma ile gelişmekte olan ülkelerdeki kadın girişimcilerin karşılaştırılması, girişimcilik ile ilgili mevcut durumu ortaya koymaya fayda sağlayacağı gibi, daha sonraki çalışmalara da önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

TÜİK’in 2018 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre, 139.446 nüfus ile Muğla’da en kalabalık 3’üncü ilçenin Milas olduğu belirlenmiştir ve bu sayının 68.801 ‘i kadınlardan oluşmaktadır (TÜİK,2018). Bydgoszcz; 16 idare bölge, 379

ilçe ve 2478 komünden oluşan Polonya'nın başlıca şehirlerinin dışında olup toplam 350.178 nüfusun 185.424'ünün kadınlardan oluştuğu bir ildir (Statistic Poland,2018).

2018 yılı Milas Ticaret ve Sanayi Odası ile Milas Esnaf ve Sanatkarlar Odası'na kayıtlı 256 kadın girişimci bulunmaktadır. 2018 yılının Haziran-Ağustos ayları arasında her bir kadın girişimci birebir ziyaret edilerek anket çalışması tamamlanmıştır. Ancak bazılarının, resmi kayıtlarda kendi hesaplarına çalışıyor görünmesine rağmen aile ya da akrabalar hatta erkek bireyler tarafından işletmenin yürütüldüğü tespit edilmesi ve yanlış işaretlemeler sebebiyle geçersiz anketler elendiğinde ankete tabi tutulacak kadın girişimci sayısı 150 kişi ile sınırlandırılmıştır.

Milas'ta yapılan anket çalışmasının ardından 2018 yılı Ekim-Aralık ayları arasında Bydgoszcz'da Kazimierz Wielkiego Üniversitesi öğretim üyeleri yardımı ile bölgedeki kadın girişimcilere gerek elektronik ortamda mail yolu ile gerekse de işyeri ziyareti ile birebir görüşme sağlanarak ulaşım sağlanmıştır. Türkçe anket sorularının İngilizce çevirisi yapıldıktan sonra uzman kişi tarafından Lehçeye çevirisi yapılmıştır. Ancak bazı soruların kültürel olması sebebi ile anlaşılması güç olacağı tespit edildiği için bir kaç soru anket formundan çıkartılarak 196 kadın girişimciye anket uygulaması yapılmıştır. Geçerli 168 anket formu içerisinde iki ülke karşılaştırması sağlanacağı için eşit sayıda olması gerektiğinden 150 adet anket araştırma kapsamına alınarak istatistiki analizi yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada verilerin toplanması esnasında, olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden, yargısal örnekleme ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılmıştır.

Araştırmacının ilgisi, uzmanlığı, seçeceği örnek ile ana kütlenin benzerliğinin olup olmaması değerlendirilerek, bilgi elde edilecek ana kütlenin bir alt grubu veya parçası olan küçük bir gruptan örnek seçilmektedir. Bu örneğin araştırmanın amacına uygun ve araştırmacının aradığı bilgiyi elde etmesini sağlayacağı varsayılmaktadır. Amaca göre örnekleme ulaşabilmesi güç ve büyük bir ana kütlenin parçası olan daha küçük bir gruptan veri elde edilmek istendiğinde kullanılan bu yöntem, temsili

olmadığı için ana kütle hakkında genelleme yapma imkanı da vermemektedir (Kuşluvan, 2005 : 186).

Evreni oluşturan birimlere ulaşmanın zor olduğu veya evren büyüklüğü ve bilgi derinliği gibi bilgilerin eksik olduğu durumlarda kullanılan kartopu veya zincir örnekleme tekniği, geniş ölçüde veri elde edilebilecek kişiye ulaşarak yapılmaktadır (Baltacı, 2018 :253). Kartopu örneklemede öncelikle evrene ait birimlerden birisi ile iletişime geçilmektedir. İlgili birimin yardımı ile ikinci birime, ikinci birimin yardımı ile üçüncü birim ile temas kurulmaktadır.. Böylelikle kartopu büyümesi gibi örneklem büyüklüğü genişlemektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 45).

Milas'ta yapılacak anket uygulaması için yargısal örneklemeyle başvurarak Milas Ticaret ve Sanayi Odası ile Milas Esnaf ve Sanatkarlar Odası'na kayıtlı kadın girişimciler ile birebir görüşme sağlanmıştır. Bydgoszcz'da yapılacak anket uygulaması için ise kartopu örnekleme yöntemine başvurarak önce Kazimierz Wielkiego Üniversitesi öğretim üyeleri ile iletişime geçilmiş daha sonra zincirleme bir şekilde kartopu etkisi yaratılarak örnek giderek büyütülmüş ve birebir görüşme veya mail yolu ile kadın girişimcilere ulaşım sağlanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada yaygın olarak kullanılan nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilere uygulanan anket çalışmasının verileri demografik özellikleri ve girişimcilik ile ilgili soruları kapsayan bölümü frekans analizi ve yüzdelik dilimler ile analiz edilmiştir.

Ki-kare testi; iki veya daha çok grup arasında fark olup olmadığının, iki değişken arasında bağ olup olmadığının testinden kullanılmaktadır (Güngör ve Bulut, 2008 : 85). Ortalaması alınınca anlamlı sonuç vermesi için iki kategorik değişken arasında ilişki olup olmadığını ortaya çıkarma amacı ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve finansal konuları içeren verileri ölçmeye yönelik diğer sorular ise ki-kare yöntemi ile analiz edilmiştir.

Çalışmada örneklem kapsamında yer alan kadın girişimcilerin öncelikle yaş, medeni hal, eğitim durumu, çocuk sayısı, eş mesleği, iş tecrübesi gibi demografik

özelliklerine ilişkin ve elde etmeyi hedeflediği gelir, elde ettiği gelir, işletmenin faaliyet süresi, çalışan sayısı, ortaklık yapısı, finansal ihtiyacın sağlandığı kaynak, karlılığı etkileyen unsurlar gibi iş hayatına yönelik değişkenler dahil çoktan seçmeli soru formatında 18 soru sorulmuştur.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri, işletmenin kuruluş aşamasında karşılaştıkları güçlükleri, işletmenin kuruluşundan sonra karşılaştıkları güçlükleri ölçmek için 5’li likert ölçeği kullanılmıştır. Araştırma bulgularının elde edilmesinde frekans analizi ve ki kare analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmada kullanılan 3 ölçek “İşletmenizin Kuruluş Amacı, İşletmenin Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Güçlükler ve İşletmenin Kuruluşundan Sonra Karşılaştıkları Güçlükleri” Şerife Erdun Yüksek lisans tez çalışmasından alınmıştır. Bu sebeple güvenilirlik analizleri ve iç tutarlılık Cronbach alpha katsayıları tekrar hesaplanmamıştır.

3.5. Hipotezler

Araştırmanın amacı doğrultusunda uygulama ile ilgili geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H1: Kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında ilişki vardır.

H2: Kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasında ilişki vardır.

H3: Kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasında ilişki vardır.

H4: Kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasında ilişki vardır.

H5: Kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile finansal kurumların kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasında ilişki vardır.

H6: Kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile faaliyet süresi arasında ilişki vardır.

H7: Kadın girişimcilerin gelir durumu ile iş tecrübesi arasında ilişki vardır.

- H8: Kadın girişimcilerin gelir durumları ile finansal kaynak arasında ilişki vardır.
- H9: Kadın girişimcilerin gelir durumları ile karlılığı etkileyen unsurlar arasında ilişki vardır.
- H10: Kadın girişimcilerin gelir durumları ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında ilişki vardır.
- H11: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile iş kolu arasında ilişki vardır.
- H12: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasında ilişki vardır.
- H13: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasında ilişki vardır.
- H14: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasında ilişki vardır.
- H15: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması arasında ilişki vardır.
- H16: Kadın girişimcilerin iş kolu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasında ilişki vardır.
- H17: Kadın girişimcilerin iş kolu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasında ilişki vardır.
- H18: Kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile faaliyet süresi arasında ilişki vardır.
- H19: Kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile ortaklık yapısı arasında ilişki vardır.
- H20: Kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında ilişki vardır.

3.6. Verilerin Analizi Ve Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular sunulmuştur.

3.6.1. Araştırma Kapsamındaki Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri

Tablo. 17. Kadın Girişimcilerin Yaşlarına Göre Dağılımları

Ülke	Yaş	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	20-30 yaş	20	13,3
	31-40 yaş	70	46,7
	41-50 yaş	45	30,0
	51-60 yaş	15	10,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	20-30 yaş	20	13,3
	31-40 yaş	68	45,3
	41-50 yaş	37	24,7
	51-60 yaş	25	16,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin yaşlarına bakıldığında; Türkiye’de %46,7 oranı ile en fazla 31-40 yaş grubu iken % 13,3 oranı ile en az 20-30 yaş grubu, Polonya’daki kadın girişimciler ise %45,3 oranı ile yine en fazla 31-40 yaş grubu iken en az % 13,3 oranı ile 20-30 yaş grubu olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo.18. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Ülke	Medeni Durum	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Evli	90	60,0
	Bekâr	60	40,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Evli	95	63,3
	Bekâr	55	36,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin medeni durumlarına bakıldığında; Türkiye’de %60 oranı ile çoğunluğu evli iken Polonya’da da %63,3 oranı ile evli kadınlar olduğu tespit edilmiştir.

Tablo.19. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

Ülke	Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	İlköğretim	25	16,7
	Lise	75	50,0
	Lisans	50	33,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	İlköğretim	30	20,0
	Lise	82	54,7
	Lisans	38	25,3
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin eğitim durumlarına bakıldığında; Türkiye’de %50 oranı ile en fazla lise mezunu, en düşük %16,7 oranı ile ilköğretim, Polonya’da ise %54,7 ile yine en fazla lise mezunu iken %20,0 oranı ile yine ilköğretim mezunları olduğu tespit edilmiştir.

Tablo. 20. Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayısına Göre Dağılımları

Ülke	Çocuk Sayısı	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Çocuk yok	55	36,7
	1	30	20,0
	2	35	23,3
	3 ve üzeri	30	20,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Çocuk yok	43	28,7
	1	35	23,3
	2	48	32,0
	3 ve üzeri	24	16,0
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin çocuk sayılarına bakıldığında; Türkiye’de %36,7 oranı ile en fazla çocuğu olmayan, en az %20 oranı ile 1 çocuk sahibi ve yine %20 oranı ile 3 ve üzeri, Polonya’da ise %32 oranı ile en fazla 2 çocuklu, en az % 16 oranı ile 3 ve üzeri çocuğu olan kadın girişimciler olduğu tespit edilmiştir.

Tablo.21. Kadın Girişimcilerin Eş Mesleği Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Eş Mesleği	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	İşçi	35	23,3
	Memur	20	13,3
	Girişimci	20	13,3
	Emekli	30	20,0
	Serbest Meslek	45	30,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	İşçi	27	18,0
	Memur	43	28,7
	Girişimci	44	29,3
	Emekli	36	24,0
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin eş mesleklerine bakıldığında; Türkiye’de %30 oranı ile en fazla serbest meslek, en az %13,3 oranı ile memur ve yine %13,3 oranı ile girişimci, Polonya’da ise %29,3 oranı ile en fazla girişimci, en az %18,0 oranı ile işçi olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo.22. Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	İş Tecrübesi	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	0-5 yıl	25	16,7
	6-10 yıl	60	40,0
	11 yıl ve üzeri	65	43,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	0-5 yıl	25	16,7
	6-10 yıl	57	38,0
	11-20 yıl	42	28,0
	21 yıl ve üzeri	26	17,3
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin iş tecrübelerine bakıldığında; Türkiye’de %43,3 oranı ile en fazla 11 yıl ve üzeri, en az %16,7 oranı ile 0-5 yıl arası, Polonya’da ise %38,0 oranı ile en fazla 6-10 yıl arası, en az %16,7 oranı ile yine 0-5 yıl iş tecrübesi olan kadın girişimciler tespit edilmiştir.

Tablo. 23. Kadın Girişimcilerin Aylık Gelir Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Aylık Gelir	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	2001-3000 TL	95	63,3
	3001 TL ve üzeri	55	36,7
	Toplam	150	100,0
Polonya	2001-3000 TL	93	62,0
	3001 TL ve üzeri	57	38,0
	Toplam	150	100,0

*1 TL=1,5 ZLOTY

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin aylık gelirlerine bakıldığında; Türkiye’de en fazla %63,3 oranı ile 2001-3000 TL, en az %36,7 oranı ile 3.001 TL ve üzeri, Polonya’da ise en fazla %62,0 oranı ile yine 2001-3000 TL, en az %38 oranı ile 3.001 TL ve üzeri gelire sahip kadın girişimciler olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 24. Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Aylık Gelir Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	2001-3000 TL	80	53,3
	3001 TL ve üzeri	70	46,7
	Toplam	150	100,0
Polonya	2001-3000 TL	60	40,0
	3001 TL ve üzeri	90	60,0
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedefledikleri gelir düzeyine bakıldığında; Türkiye’de %53,3 oranı ile en fazla 2.001-3.000 TL, %46,7 oranı ile en az 3.001 TL ve üzeri, Polonya’da ise %60 oranı ile en fazla 3.001 TL ve

üzeri, en az %40 oranı ile 2.001-3.000 TL arasında gelire sahip kadın girişimcilerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Tablo. 25. Kadın Girişimcilerin Gelirin Yeterli Olması Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Gelirin Yeterli Olması	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Katılmıyorum	55	36,7
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	20	13,3
	Katılıyorum	75	50,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Katılmıyorum	56	37,3
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	45	30,0
	Katılıyorum	49	32,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin gelirini yeterli bulma durumlarına bakıldığında; Türkiye’de %50,0 oranı ile en fazla gelirini yeterli bulan, en az %13,3 oranı ile gelirini yeterli bulma konusunda kararsız kalan, Polonya’da ise %37,3 oranı ile en fazla gelirini yeterli bulmayan, en az %30 oranı ile gelirini yeterli olması konusunda kararsız olan kadın girişimciler olduğu tespit edilmiştir.

Tablo. 26. Kadın Girişimcilerin Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Faaliyet Süresi	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	0-2 yıl	15	10,0
	3-5 yıl	65	43,3
	6-8 yıl	50	33,3
	9 yıl ve üzeri	20	13,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	0-2 yıl	31	20,7
	3-5 yıl	51	34,0
	6-8 yıl	38	25,3
	9 yıl ve üzeri	30	20,0
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin faaliyet süresine bakıldığında; Türkiye’de %43,3 oranı ile en fazla 3-5 yıl, en az %13,3 oranı ile 9 yıl ve üzeri olduğu, Polonya’da ise %34,0 oranı ile en fazla 3-5 yıl, en az %20 oranı ile 9 yıl ve üzeri süredir faaliyette olan kadın girişimcilerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Tablo. 27. Kadın Girişimcilerin Çalışan Sayısı Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Çalışan Sayısı	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Yok	40	26,7
	1-10 kişi	85	56,7
	11 kişi ve üzeri	25	16,7
	Toplam	150	100,0
Polonya	Yok	46	30,7
	1-10 kişi	92	61,3
	11 kişi ve üzeri	12	8,0
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin çalışan sayılarına bakılığında; Türkiye’de %56,7 oranı ile en fazla 1-10 çalışan, en az %16,7 oranı ile 11 kişi ve üzeri, Polonya’da ise %61,3 oranı ile yine 1-10 çalışan, en az %8 oranı ile 11 kişi ve üzeri çalışanı olan kadın girişimciler olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 28. Kadın Girişimcilerin Ortaklık Yapısı Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Ortaklık Yapısı	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Eş	15	10,0
	Arkadaş	25	16,7
	Yok	110	73,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Arkadaş	48	32,0
	Yok	102	68,0
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin ortaklık yapısına bakıldığında; Türkiye’de %73,3 oranı ile en fazla ortaklık olmadan, %10 oranı ile en az eşyle

ortaklığı olan, Polonya’da ise %68,0 oranı ile en fazla yine ortaklık olmadan, %32 oranı ile en az arkadaş ile ortak olan kadın girişimciler olduğu tespit edilmiştir.

Tablo. 29. Kadın Girişimcilerin İş Kurma Fikir Kaynağı Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	İş Kurma Fikir Kaynağı	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Anne- Baba	10	6,7
	Eş – Arkadaş	45	30,0
	Eğitim durumu-Deneyim	85	56,7
	Basın-Yayın	10	6,7
	Toplam	150	100,0
Polonya	Anne- Baba	13	8,7
	Eş – Arkadaş	31	20,7
	Eğitim durumu-Deneyim	87	58,0
	Basın-Yayın	19	12,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin iş kurma fikir kaynağına bakıldığında; Türkiye’de %56,7 oranı ile en fazla eğitim durumu-deneyim, %6,7 oranı ile en az anne-baba ve basın-yayın kaynakları, Polonya’da ise %58,0 oranı ile yine en fazla eğitim durumu-deneyim, %8,7 oranı ile en az anne-babanın iş kurma fikir kaynağı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 30. Kadın Girişimcilerin Finansal Kaynak Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Finansal Kaynak	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Kişisel birikimler	15	10,0
	Eş-Akrabalar	55	36,7
	Banka Kredisi	50	33,3
	Devlet Desteği	30	20,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Kişisel birikimler	19	12,7
	Eş-Akrabalar	52	34,7
	Banka Kredisi	36	24,0
	Devlet Desteği	43	28,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin finansal kaynak için başvurularına bakıldığında; Türkiye’de %36,7 oranı ile en fazla eş-akrabalar, %10 oranı ile en az kişisel birikimler, Polonya’da ise %34,7 oranı ile yine en fazla eş-akrabalar, %12,7 oranı ile en az yine kişisel birikimlerin finansal kaynak olduğu tespit edilmiştir.

Tablo. 31. Kadın Girişimcilerin Büyürken Finansal Kaynak Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Büyürken Finansal Kaynak	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Banka kredileri	55	36,7
	Akrabalar	40	26,7
	Yeni ortak girişimci	55	36,7
	Toplam	150	100,0
Polonya	Banka kredileri	37	24,7
	Akrabalar	64	42,7
	Yeni ortak girişimci	49	32,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin işletmeleri büyürken başvurdıkları finansal kaynaklara bakıldığında; Türkiye’de %36,7 oranı ile en fazla yeni ortak girişimci ve banka kredileri, %26,7 oranı ile en az akrabalar, Polonya’da ise %42,7 oranı ile en fazla akrabalar, %24,7 oranı ile en az banka kredilerine başvurduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 32. Kadın Girişimcilerin Karlılığı Etkileyen Faktörler Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Karlılığı Etkileyen Faktörler	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Kredi maliyeti	45	30,0
	Personel giderleri	25	16,7
	Vergi ve diğer kamu ödemeleri	45	30,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Kredi maliyeti	36	24,0
	Personel giderleri	19	12,7
	Vergi ve diğer kamu ödemeleri	63	42,0
	Malzeme /Mal Alış Maliyetleri	32	21,3
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin karlılığı etkileyen faktörlere bakıldığında; Türkiye’de %30,0 oranı ile en fazla kredi maliyeti ve yine %30,0 oranı

ile vergi ve diğer kamu ödemeleri, %16,7 oranı ile en az personel giderleri, Polonya’da %42 oranı ile en fazla vergi ve diğer kamu harcamaları, %12,7 oranı ile en az personel giderleri olduğu tespit edilmiştir.

Tablo. 33. Kadın Girişimcilerin Kuruluş Amacı Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Kuruluş Amacı	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Kendi İşimin Patronu Olmak	60	40,0
	Daha Fazla Para Kazanmak	50	33,3
	Yetenekleri Serbestçe Kullanmak	25	16,7
	Diğerleri	15	10,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Kendi İşimin Patronu Olmak	62	41,3
	Daha Fazla Para Kazanmak	56	37,3
	Yetenekleri Serbestçe Kullanmak	32	21,3
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin kuruluş amaçlarına bakıldığında; Türkiye’de %40 oranı ile en fazla kendi işinin patronu olma, en az %10 oranı ile diğer sebeplerden, Polonya’da ise %41,3 oranı ile yine en fazla kendi işinin patronu olmak, en az %21,3 oranı ile yetenekleri serbestçe kullanmak olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 34. Kadın Girişimcilerin İş Kolu Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	İş Kolu	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Tekstil ve Hazır Giyim	30	20,0
	El Sanatları Atölyesi	20	13,3
	Kuaför ve Kişisel Bakım	20	13,3
	Restoran & Kafe	45	30,0
	Diğer	35	23,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Tekstil ve Hazır Giyim	30	20,0
	El Sanatları Atölyesi	19	12,7
	Kuaför ve Kişisel Bakım	20	13,3
	Restoran & Kafe	30	20,0
	Diğer	26	17,3

	Toplam	150	100,0
--	--------	-----	-------

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin faaliyette bulundukları iş koluna bakıldığında; Türkiye’de %30 oranı ile en fazla restoran & kafe, en az %13,3 oranı ile kuaför ve kişisel bakım ve yine %13,3 oranı ile el sanatları atölyesi, Polonya’da ise %20 oranı ile en fazla tekstil ve hazır giyim %20 oranı ile restoran & kafe, en az %12,7 oranı ile el sanatları atölyesi alanında faaliyet gösterdikleri tespit edilmiştir.

Tablo. 35. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Sahip Olunması Gereken 1. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Girişimci Olmak İçin Gereken 1. Özellik	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Risk Üstlenebilmek	80	53,3
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	25	16,7
	Sermaye Sahibi Olmak	40	26,7
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	5	3,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Risk Üstlenebilmek	86	57,3
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	36	24,0
	Sermaye Sahibi Olmak	21	14,0
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	7	4,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin girişimci olmak için sahip olunması gereken 1. özellik dağılımları incelendiğinde; Türkiye’de %53,3 en fazla ile risk üstelenebilmek, %3,3 oranı ile en az iletişim becerilerine sahip olmak, Polonya’da %57 oranı ile yine en fazla risk üstelenebilmek %4,7 oranı ile en az iletişim becerilerine sahip olma özelliğinin olması gerektiği tespit edilmiştir.

Tablo. 36. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Sahip Olunması Gereken 2. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Girişimci Olmak İçin Gereken 2. Özellik	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Risk Üstlenebilmek	55	36,7
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	65	43,3

	Sermaye Sahibi Olmak	25	16,7
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	5	3,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Risk Üstlenebilmek	39	26,0
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	49	32,7
	Sermaye Sahibi Olmak	55	36,7
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	7	4,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin girişimci olmak için sahip olunması gereken 2. özellik dağılımları incelendiğinde; Türkiye’de %43,3 oranı ile en fazla yenilikçi uygulamalara sahip olma, %3,3 oranı ile en az iletişim becerilerine sahip olmak, Polonya’da %36,7 oranı ile en fazla sermaye sahibi olmak, %4,7 oranı ile en iletişim becerilerine sahip olmak özelliğinin olması gerektiği tespit edilmiştir.

Tablo. 37. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Sahip Olunması Gereken 3. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Girişimci Olmak İçin Gereken 3. Özellik	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Risk Üstlenebilmek	10	6,7
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	55	36,7
	Sermaye Sahibi Olmak	80	53,3
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	5	3,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Risk Üstlenebilmek	31	20,7
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	31	20,7
	Sermaye Sahibi Olmak	68	45,3
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	20	13,3
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin girişimci olmak için sahip olunması gereken 3. özellik dağılımları incelendiğinde; Türkiye’de %53,3 oranı ile en fazla sermaye sahibi olma, %3,3 oranı ile en az iletişim becerilerine sahip olmak,

Polonya’da %45,3 oranı ile en fazla sermaye sahibi olmak, %13,3 oranı ile en az iletişim becerilerine sahip olmak özelliğinin olması gerektiği tespit edilmiştir.

Tablo. 38. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Sahip Olunması Gereken 4. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Girişimci Olmak İçin Gereken 4. Özellik	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Risk Üstlenebilmek	5	3,3
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	5	3,3
	Sermaye Sahibi Olmak	105	70,0
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	35	23,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Risk Üstlenebilmek	21	14,0
	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	6	4,0
	Sermaye Sahibi Olmak	86	57,3
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	37	24,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin girişimci olmak için sahip olunması gereken 4. özellik dağılımları incelendiğinde; Türkiye’de %70 oranı ile en fazla sermaye sahibi olma, %3,3 oranı ile en az risk üstlenebilmek, Polonya’da %57,3 oranı ile en fazla sermaye sahibi olmak, %4 oranı ile en az yenilikçi uygulamalara sahip olma özelliğinin olması gerektiği tespit edilmiştir.

Tablo. 39. Kadın Girişimcilerin Girişimci Olmak İçin Sahip Olunması Gereken 5. Özellik Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Girişimci Olmak İçin Gereken 5. Özellik	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	5	3,3
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	35	23,3
	Girişimci Aileden Gelmek	110	73,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak	7	4,7
	İletişim Becerilerine Sahip Olmak	49	32,7

	Girişimci Aileden Gelmek	94	62,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin girişimci olmak için sahip olunması gereken 5. özellik dağılımları incelendiğinde; Türkiye’de %73,3 oranı ile en fazla girişimci aileden gelme, %3,3 oranı ile en az yenilikçi uygulamalara sahip olma, Polonya’da %62,7 oranı ile en fazla girişimci aileden gelme, %4,7 oranı ile en az yenilikçi uygulamalara sahip olma özelliğinin olması gerektiği tespit edilmiştir.

Tablo. 40. Kadın Girişimcilerin Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Yatırım Yaparken Karşılaşılan Engel	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Bürokratik Engeller	30	20,0
	Sermaye Yetersizliği	65	43,3
	Vergiler	35	23,3
	Bilgi Yetersizliği	20	13,3
	Toplam	150	100,0
Polonya	Bürokratik Engeller	19	12,7
	Sermaye Yetersizliği	94	62,7
	Vergiler	37	24,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin yatırım yaparken karşılaştıkları engellere bakıldığında; Türkiye’de %43,3 oranı ile en fazla sermaye yetersizliği, %13,3 oranı ile en az bilgi yetersizliği, Polonya’da ise %62,7 oranı ile yine en fazla sermaye yetersizliği, %12,7 oranı ile en az bürokratik engeller ile karşılaştıkları ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 41. Kadın Girişimcilerin Kuruluş Aşamasında Karşılaştıkları Engeller Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Engeller	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Finansman eksikliği	55	36,7
	Pazarda tanınmamış olmak	15	10,0
	Uygun yer seçiminin zorluğu	20	13,3
	Bürokratik işlemler	35	23,3
	Diğer	25	16,7
	Toplam	150	100,0
Polonya	Finansman eksikliği	49	32,7
	Pazarda tanınmamış olmak	52	34,7
	Uygun yer seçiminin zorluğu	31	20,7
	Bürokratik işlemler	18	12,0
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin kuruluş aşamasında karşılaştıkları engeller incelendiğinde; Türkiye’de %36,7 oranı ile en fazla finansman eksikliği, %10 oranı ile en az pazarda tanınmamış olma, Polonya’da ise %34,7 oranı ile en fazla pazarda tanınmamış olma, %12 oranı ile en az bürokratik işlemlerin en büyük engel olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 42. Kadın Girişimcilerin Kuruluktan Sonra Karşılaştıkları Engeller Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Kuruluktan Sonra Karşılaşılan Engeller	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Vergi ödemeleri	55	36,7
	Borç ödemeleri	45	30,0
	Deneyimsizlik	20	13,3
	Diğer	30	20,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Pazarın Durgun Oluşu	38	25,3
	Vergi Ödemeleri	37	24,7
	Borç Ödemeleri	37	24,7
	Aşırı Yorgunluk	7	4,7
	Kredi Alamama	31	20,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin kuruluştan sonra karşılaştıkları engeller incelendiğinde; Türkiye’de %36,7 oranı ile en fazla vergi ödemesi, %13,3 oranı ile en az deneyimsizlik, Polonya’da ise %25,3 oranı ile en fazla pazarın durgun olması, %4,7 oranı ile en az aşırı yorgunluğun kuruluştan sonra karşılaşılan engel olduğu tespit edilmiştir.

Tablo. 43. Kadın Girişimcilerin Katıldıkları Eğitim Ve Seminerleri Faydalı Görme Durumlarına Ait Dağılımları

Ülke	Eğitim ve Seminerlere Katılmak Faydalıdır	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Katılmıyorum	25	16,7
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	65	43,3
	Katılıyorum	60	40,0
	Toplam	150	100,0
Polonya	Katılmıyorum	36	24,0
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	51	34,0
	Katılıyorum	31	20,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin katıldıkları eğitim ve seminerleri faydalı görme durumlarına bakıldığında; %43,3 oranı ile en fazla eğitim ve seminerlere katılmanın faydalı olması konusunda kararsız kaldıkları, %16,7 oranı ile en az faydalı görmedikleri, Polonya’da ise %34 oranı ile en fazla eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması konusunda kararsız kaldıkları, %20,7 oranı ile en az eğitim ve seminerlere katılmanın faydalı olduğunu düşündükleri ortaya çıkmaktadır.

Tablo. 44. Kadın Girişimcilerin Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Faydalıdır Değişkenine Göre Dağılımları

Ülke	Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Faydalıdır	Sayı	Yüzde(%)
Türkiye	Katılmıyorum	45	30,0
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	60	40,0
	Katılıyorum	45	30,0
	Toplam	150	100,0

Polonya	Katılmıyorum	66	44,0
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	70	46,7
	Katılıyorum	7	4,7
	Kesinlikle Katılıyorum	7	4,7
	Toplam	150	100,0

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin finansal kurumların kadın girişimciler için fayda sağlaması durumlarına bakıldığında; %40 oranı ile en fazla finansal kurumların faydalı olması konusunda kararsız kaldıkları, en az %30 oranı ile faydalı gördükleri ve yine %30 oranı ile faydalı görmedikleri, Polonya’da ise %46,7 oranı ile en fazla finansal kurumların kadın girişimciler için fayda sağlaması konusunda kararsız kaldıkları, %4,7 oranı ile en az finansal kurumların kadın girişimciler için faydalı olduğunu katıldıkları ve yine %4,7 oranı ile kesinlikle katıldıkları ortaya çıkmaktadır.

HİPOTEZLER

Araştırmanın bu bölümünde Türkiye’deki ve Polonya’daki katılımcılardan elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ve yorumlar sunulmuştur.

Tablo. 45. Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Arasındaki İlişki

Ülke	İş Tecrübesi		Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel				X ²	Crm's V	P
			Bürokratik Engeller	Sermaye Yetersizliği	Vergiler	Bilgi Yetersizliği			
Türkiye (Muğla)	0-5 yıl	n	5	10	10	0	22,312	0,273	0,001**
		%	20,00	40,00	40,00	0,00			
	6-10 yıl	n	10	25	20	5			
		%	16,70	41,70	33,30	8,30			
	11 yıl ve üzeri	n	15	30	5	15			
		%	23,10	46,20	7,70	23,10			
Polonya (Bydgoszcz)	0-5 yıl	n	6	0	19		78,576	0,512	0,000**
		%	24,00	0,00	76,00				
	6-10 yıl	n	0	39	18				
		%	0,00	68,40	31,60				

	11-20 yıl	n	6	36	0				
		%	14,30	85,70	0,00				
	21 yıl ve üzeri	n	7	19	0				
		%	26,90	73,10	0,00				
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=22,312$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.273$). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=78,576$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.512$).

Tablo. 46. Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki İlişki

Ülke	İş Tecrübesi		Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Güçlükler				X ²	Crm's V	P
			Finansman eksikliği	Pazarda tanınmamış olmak	Uygun yer seçiminin zorluğu	Bürokratik işlemler			
Türkiye (Muğla)	0-5 yıl	n	15	5	5	0	30,490	0,319	0,000**
		%	60,00	20,00	20,00	0,00			
	6-10 yıl	n	20	5	10	10			
		%	33,30	8,30	16,70	16,70			
	11 yıl ve üzeri	n	20	5	5	25			
		%	30,80	7,70	7,70	38,50			
Polonya (Bydgoszcz)	0-5 yıl	n	18	7	0	0	92,549	0,454	0,000**
		%	72,00	28,00	0,00	0,00			
	6-10 yıl	n	12	33	6	6			
		%	21,10	57,90	10,50	10,50			
	11-20 yıl	n	12	12	6	12			
		%	28,60	28,60	14,30	28,60			

	21 yıl ve üzeri	n	7	0	19	0			
		%	26,90	0,00	73,10	0,00			
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=30,490$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.319$). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=92,549$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.454$).

Tablo. 47. Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Kuruluştan Sonra Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki İlişki

Ülke	İş Tecrübesi		Kuruluştan Sonra Karşılaşılan Güçlükler				X^2	Crm's V	P
			Vergi ödemeleri	Borç ödemeleri	Deneyimsizlik	Diğer			
Türkiye (Muğla)	0-5 yıl	n	10	5	0	10	34,604	0,340	0,000**
		%	40,00	20,00	0,00	40,00			
	6-10 yıl	n	10	20	15	15			
		%	16,70	33,30	25,00	25,00			
	11 yıl ve üzeri	n	35	20	5	5			
		%	53,80	30,80	7,70	7,70			
Polonya (Bydgoszcz)	0-5 yıl	n	18	0	7	0	72,400	0,401	0,000**
		%	72,00	0,00	28,00	0,00			
	6-10 yıl	n	7	13	12	7			
		%	12,30	22,80	21,10	12,30			
	11-20 yıl	n	6	12	18	0			
		%	14,30	28,60	42,90	0,00			
	21 yıl ve üzeri	n	7	12	0	0			
		%	26,90	46,20	0,00	0,00			
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=34,604$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.340$). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=72,400$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.401$).

Tablo. 48. Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Eğitim ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki

Ülk e	İş Tecrübesi		Eğitim ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması				X^2	Crm' s V	P
			Katılmıyoru m	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyoru m	Katılıyoru m	Kesinlikle Katılıyoru m			
Türkiye (Muğla)	0-5 yıl	n	5	0	20		43,855	0,38 2	0,000* *
		%	20,00	0,00	80,00				
	6-10 yıl	n	10	20	30				
		%	16,70	33,30	50,00				
	11 yıl ve üzeri	n	10	45	10				
		%	15,40	69,20	15,40				
Polonya (Bydgoszcz)	0-5 yıl	n	0	7	18	0	104,03 4	0,48 1	0,000* *
		%	0,00	28,00	72,00	0,00			
	6-10 yıl	n	12	19	6	20			
		%	21,10	33,30	10,50	35,10			
	11-20 yıl	n	24	18	0	0			
		%	57,10	42,90	0,00	0,00			
	21 yıl	n	0	7	7	12			
		%							

	ve üzeri	%	0,00	26,90	26,90	46,20			
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=43,855$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumudüşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.382). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=104,034$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.481).

Tablo. 49. Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki

Ülke	İş Tecrübesi		Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması				X ²	Crm's V	P
				Ne Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum			
				Ne Katılmıyorum					
Türkiye (Muğla)	0-5 yıl	n	5	10	10		12,350	0,203	0,015*
		%	20,00	40,00	40,00				
	6-10 yıl	n	15	20	25				
		%	25,00	33,30	41,70				
	11 yıl ve üzeri	n	25	30	10				
		%	38,50	46,20	15,40				
Polonya (Bydgoszcz)	0-5 yıl	n	6	19	0	0	85,277	0,435	0,000**
		%	24,00	76,00	0,00	0,00			
	6-10 yıl	n	24	19	7	7			
		%	42,10	33,30	12,30	12,30			
	11-20 yıl	n	36	6	0	0			
		%	85,70	14,30	0,00	0,00			

	21 yıl ve üzeri	n	0	26	0	0			
		%	0,00	100,00	0,00	0,00			
	**P<0.01 *P<0.05								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %95 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=12,350$; $p=0,015$; $p<0.05$). İş tecrübesi ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.203$). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=85,277$; $p=0,000$; $p<0.05$). İş tecrübesi ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.435$).

Tablo. 50. Kadın Girişimcilerin İş Tecrübesi İle Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Ülke	İş Tecrübesi		Faaliyet Süresi				X^2	Crm's V	P
			0-2 yıl	3-5 yıl	6-8 yıl	9 yıl ve üzeri			
Türkiye (Muğla)	0-5 yıl	n	15	10	0	0	206,442	0,830	0,000*
		%	60,00	40,00	0,00	0,00			
	6-10 yıl	n	0	55	5	0			
		%	0,00	91,70	8,30	0,00			
	11 yıl ve üzeri	n	0	0	45	20			
		%	0,00	0,00	69,20	30,80			
Polonya (Bydgoszcz)	0-5 yıl	n	19	6	0	0	81,906	0,427	0,000**
		%	76,00	24,00	0,00	0,00			
	6-10 yıl	n	7	31	10	9			
		%	12,30	54,40	17,50	15,80			
	11-20 yıl	n	5	9	16	12			
		%	11,90	21,40	38,10	28,60			
	21 yıl ve üzeri	n	0	5	12	9			
		%	0,00	19,20	46,20	34,60			
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=206,442$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile faaliyet süresi arasında çok yüksek seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.830$). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş tecrübesi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=81,906$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş tecrübesi ile faaliyet süresi arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.427$).

Tablo. 51. Kadın Girişimcilerin Gelir Durumu İle İş Tecrübesi Arasındaki İlişki

Ülke	Gelir Durumu		İş Tecrübesi			X^2	Crm's V	P
			0-5 yıl	6-10 yıl	11 yıl ve üzeri			
Türkiye (Muğla)	2001-3000 TL	n	15	40	40	0,497		0,780
		%	15,80	42,10	42,10			
	3000 TL ve üzeri	n	10	20	25			
		%	18,20	36,40	45,50			
Polonya (Bydgoszcz)	2001-3000 TL	n	6	38	36	27,464	0,428	0,000**
		%	6,50	40,90	38,70			
	3000 TL ve üzeri	n	19	19	6			
		%	33,30	33,30	10,50			
	** $p<0.01$							

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin gelir durumu ile iş tecrübesi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Polonya’daki kadın girişimcilerin gelir durumu ile iş tecrübesi arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=27,464$; $p=0,001$; $p<0.01$). Gelir durumu ile iş kolu arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.428$).

Tablo. 52. Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle İş Kolu Arasındaki İlişki

Ülke	Gelir Durumu		İş Kolu						X^2	Crm's V	P
			Tekstil ve Hazır Giyim	El Sanatları Atölyesi	Kuaför ve Kişisel Bakım	Restoran & Kafe	Diğer	Turizm			
ye (Muğ)	2001-3000 TL	n	25	15	15	25	15		15,003	0,736	0,005**
		%	26,30	15,80	15,80	26,30	15,80				

	3000 TL ve üzeri	n	5	5	5	20	20				
		%	9,10	9,10	9,10	36,40	36,40				
Polonya (Bydgoszcz)	2001-3000 TL	n	30	12	13	12	0	26	81,362	0,316	0,000**
		%	32,30	12,90	14,00	12,90	0,00	28,00			
	3000 TL ve üzeri	n	0	7	7	18	25	0			
		%	0,00	12,30	12,30	31,60	43,90	0,00			
	**p<0,01										

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin gelir durumu ile iş kolu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=15,003$; $p=0,005$; $p<0.01$). Gelir durumu ile iş kolu arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.316$). Polonya’daki Türkiye’deki kadın girişimcilerin gelir durumu ile iş kolu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=81,362$; $p=0,000$; $p<0.01$). Gelir durumu ile iş kolu arasında yüksek seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.736$).

Tablo. 53. Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle Finansal Kaynak Arasındaki İlişki

Ülke	Gelir Durumu		Finansal Kaynak				X^2	Crm's V	P
			Kişisel birikimler	Eş- Akrabalar	Banka Kredisi	Devlet Desteği			
Türkiye (Muğla)	2001-3000 TL	n	15	35	40	5	42,801	0,534	0,000**
		%	15,80	36,80	42,10	5,30			
	3000 TL ve üzeri	n	0	20	10	25			
		%	0,00	36,40	18,20	45,50			
Polonya (Bydgoszcz)	2001-3000 TL	n	6	38	36	13	50,654	0,581	0,000**
		%	6,50	40,90	38,70	14,00			
	3000 TL ve üzeri	n	13	14	0	30			
		%	22,80	24,60	0,00	52,60			
	**p<0,01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin gelir durumu ile finansal kaynak arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=42,801$; $p=0,000$; $p<0.01$). Gelir durumu ile finansal

kaynak arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.534). Polonya'daki kadın girişimcilerin gelir durumu ile finansal kaynak arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=50,564$; $p=0,000$; $p<0.01$). Gelir durumu ile finansal kaynak arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.581).

Tablo. 54. Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle Karlılığı Etkileyen Unsurlar Arasındaki İlişki

Ülke	Gelir Durumu		Karlılığı Etkileyen Unsurlar				X^2	Crm's V	P
			Kredi maliyeti	Persone l giderleri	Vergi ve diğer kamu ödemeleri	Malzeme /mal alış maliyetleri			
Türkiye (Muğla)	2001	n	30	10	30	25	7,280		0,064
	-								
	3000 TL	%	31,60	10,50	31,60	26,30			
	3000 TL ve üzeri	n	15	15	15	10			
Polonya (Bydgoszcz)	2001	n	30	6	25	32	47,349	0,562	0,000*
	-								
	3000 TL	%	32,30	6,50	26,90	34,40			
	3000 TL ve üzeri	n	6	13	38	0			
		%	10,50	22,80	66,70	0,00			
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye'deki kadın girişimcilerin gelir durumu ile karlılığı etkileyen unsurlar arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. ($p>0.05$). Polonya'daki kadın girişimcilerin gelir durumu ile karlılığı

etkileyen unsurlar arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=47,349$; $p=0,000$; $p<0.01$). Gelir durumu ile finansal kaynak arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.562$).

Tablo. 55. Kadın Girişimcilerin Gelir Durumları İle Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Arasındaki İlişki

Ülke	Gelir Durumu		Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel				X^2	Crm's V	P
			Bürokratik Engeller	Sermaye Yetersizliği	Vergiler	Bilgi Yetersizliği			
Türkiye (Muğla)	2001-3000 TL	n	20	50	10	15	24,698	0,406	0,000 **
		%	21,10	52,60	10,50	15,80			
	3000 TL ve üzeri	n	10	15	25	5			
		%	18,20	27,30	45,50	9,10			
Polonya (Bydgoszcz)	2001-3000 TL	n	12	75	6		45,553	0,511	0,000 **
		%	12,90	80,60	6,50				
	3000 TL ve üzeri	n	7	19	31				
		%	12,30	33,30	54,40				
		**p<0.01							

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye'deki kadın girişimcilerin gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=24,698$; $p=0,000$; $p<0.01$). Gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.406$). Polonya'daki kadın girişimcilerin gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=45,553$; $p=0,000$; $p<0.01$). Gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.551$).

Tablo. 56. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki İlişki

Ülke	Eğitim Durumu		Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Güçlükler					X ²	Crm's V	P
			Finansman Eksikliği	Pazarda Tanınmamış Olmak	Uygun Yer Seçimini Zorluğu	Bürokratik İşlemler	Diğer			
Türkiye (Muğla)	İlköğretim	n	5	5	5	5	5	47,843	0,399	0,000*
		%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00			
	Lise	n	25	10	0	20	20			
		%	33,30	13,30	0,00	26,70	26,70			
	Lisans	n	25	0	15	10	0			
		%	50,00	0,00	30,00	20,00	0,00			
Polonya (Bydgoszcz)	İlköğretim	n	6	12	0	12		43,014	0,379	0,000*
		%	20,00	40,00	0,00	40,00				
	Lise	n	31	26	25	0				
		%	37,80	31,70	30,50	0,00				
	Lisans	n	12	14	6	6				
		%	31,60	36,80	15,80	15,80				
	**P<0,01									

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye'deki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=47,843$; $p=0,000$; $p<0,01$). Eğitim durumu ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.399$). Polonya'daki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=43,014$; $p=0,000$; $p<0,01$). Eğitim durumu ile

kuruluş aşamasında karşılaşılan güçlükler arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.379).

Tablo. 57. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Kuruluştan Sonra Karşılaşılan Güçlükler Arasındaki İlişki

Ülke	Eğitim Durumu		Kuruluştan Sonra Karşılaşılan Güçlükler					X ²	Crm' s V	P
			Vergi ödemeleri	Borç ödemeleri	Deneyimsizlik	Diğer				
Türkiye (Muğla)	İlköğretim	n	5	5	5	10		15,240	0,225	0,018*
		%	20,00	20,00	20,00	40,00				
	Lise	n	35	20	10	10				
		%	46,70	26,70	13,30	13,30				
	Lisans	n	15	20	5	10				
		%	30,00	40,00	10,00	20,00				
Ülke	Eğitim Durumu		Vergi ödemeleri	Borç ödemeleri	Aşırı yorgunluk	Kredi Alamama	Pazarın Durgun Oluşu	X ²	Crm' s V	P
Polonya (Bydgosz)	İlköğretim	n	12	0	12	6	6	43,958	0,383	0,000*
		%	40,00	0,00	40,00	20,00	20,00			
	Lise	n	26	25	0	31	31			
		%	31,70	30,50	0,00	37,80	37,80			
	Lisans	n	14	6	6	12	12			
		%	36,80	15,80	15,80	31,60	31,60			
	*p<0.05; **p<0.01									

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye'deki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %95 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=15,240$; $p=0,018$; $p<0.05$). Eğitim durumu ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.225). Polonya'daki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile kuruluştan sonra karşılaşılan güçlükler arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=43,958$; $p=0,000$; $p<0.01$). Eğitim durumu ile kuruluştan

sonra karşılaşılan güçlükler arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.383).

Tablo. 58. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Eğitim Ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki

Ülke	Eğitim Durumu		Eğitim ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması				X ²	Crm's V	P
				Ne Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum			
				Katılmıyorum					
Türkiye (Muğla)	İlköğretim	n	5	15	5		14,179	0,480	0,007**
		%	20,00	60,00	20,00				
	Lise	n	15	35	25				
		%	20,00	46,70	33,30				
	Lisans	n	5	15	30				
		%	10,00	30,00	60,00				
Polonya (Bydgoszcz)	İlköğretim	n	6	24	0	0	69,172	0,217	0,000**
		%	20,00	80,00	0,00	0,00			
	Lise	n	30	20	19	13			
		%	36,60	24,40	23,20	15,90			
	Lisans	n	0	7	12	19			
		%	0,00	18,40	31,60	50,00			
	***P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye'deki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=14,179$; $p=0,007$; $p<0.01$). Eğitim durumu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.217). Polonya'daki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=69,172$; $p=0,000$; $p<0.01$). Eğitim durumu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.480).

Tablo. 59. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması Arasındaki İlişki

Ülke	Eğitim Durumu		Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması				X ²	Crm' s V	P
				Ne Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum			
				Katılmıyorum					
Türkiye (Muğla)	İlköğretim	n	5	20	0	27,778	0,407	0,000**	
		%	20,00	80,00	0,00				
	Lise	n	30	20	25				
		%	40,00	26,70	33,30				
	Lisans	n	10	20	20				
		%	20,00	40,00	40,00				
Polonya (Bydgoszcz)	İlköğretim	n	24	6	0	49,709	0,304	0,000**	
		%	80,00	20,00	0,00				0,00
	Lise	n	36	39	0				7
		%	43,90	47,60	0,00				8,50
	Lisans	n	6	25	7				0
		%	15,80	65,80	18,40				0,00
	**P<0,01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye'deki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=27,778$; $p=0,000$; $p<0.01$). Eğitim durumu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.304$). Polonya'daki kadın girişimcilerin eğitim durumu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=49,709$; $p=0,000$; $p<0.01$). Eğitim durumu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlaması durumu arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.407$).

Tablo. 60. Kadın Girişimcilerin İş Kolu İle Eğitim Ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki

Ülke	İş Kolu		Eğitim ve Seminerlere Katılmanın Fayda Sağlaması			Kesinlikle Katılmıyorum	X ²	Crm's V	P
			Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum	Katılıyorum				
Türkiye (Muğla)	Tekstil ve hazır giyim	n	0	25	5		74,393	0,590	0,00 0**
		%	0,00	83,30	16,70				
	El sanatları atölyesi	n	10	5	5				
		%	50,00	25,00	25,00				
	Kuaför ve kişisel bakım	n	5	10	5				
		%	25,00	50,00	25,00				
	Restoran & kafe	n	0	25	20				
		%	0,00	55,60	44,40				
	Diğer	n	10	0	25				
		%	28,60	0,00	71,40				
Polonya (Bydgoszcz)	Tekstil ve hazır giyim	n	12	18	0	0	156,80 8	0,498	0,00 0**
		%	40,00	60,00	0,00	0,00			
	El sanatları atölyesi	n	12	7	0	0			
		%	63,20	36,80	0,00	0,00			
	Kuaför ve kişisel bakım	n	6	0	0	14			
		%	30,00	0,00	0,00	70,00			
	Restoran & kafe	n	0	6	6	18			
		%	0,00	20,00	20,00	60,00			
	Diğer	n	6	13	7	0			
		%	23,10	50,00	26,90	0,00			
	**p<0,01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş kolu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumuarasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=156,808$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş kolu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.590$). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş kolu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumuarasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=74,393$; $p=0,000$; $p<0.01$). İş kolu ile eğitim ve seminerlere katılmanın fayda sağlaması durumu orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.498$).

Tablo. 61. Kadın Girişimcilerin İş Kolu İle Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması Durumu Arasındaki İlişki

Ülke	İş Kolu		Finansal Kurumlar Kadın Girişimcilere Fayda Sağlaması			Kesinlikle Katılıyorum	X^2	Crm's V	P
			Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum				
Türkiye (Muğla)	Tekstil ve hazır giyim	n	5	20	5		81,779	0,609	0,000**
		%	16,70	66,70	16,70				
	El sanatları atölyesi	n	15	5	0				
		%	75,00	25,00	0,00				
	Kuaför ve kişisel bakım	n	10	5	5				
		%	50,00	25,00	25,00				
	Restoran & kafe	n	5	30	10				
		%	11,10	66,70	22,20				
	Diğer	n	10	0	25				
		%	28,60	0,00	71,40				
Polonya (Bydgoszcz)	Tekstil ve hazır giyim	n	30	0	0	0	167,00	0,522	0,000**
		%	100,00	0,00	0,00	0,00			
	El sanatları atölyesi	n	6	13	0	0			
		%	31,60	68,40	0,00	0,00			
	Kuaför ve kişisel bakım	n	6	0	7	7			
		%	30,00	0,00	35,00	35,00			
	Restoran & kafe	n	12	18	0	0			
		%	40,00	60,00	0,00	0,00			
	Diğer	n	12	14	0	0			
		%	46,20	53,80	0,00	0,00			
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş kolu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlamasıdurumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %95 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=167,004$; $p=0,000$; $p<0.05$). İş kolu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlamasıdurumu yüksek seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.609$). Polonya’daki kadın girişimcilerin iş kolu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlamasıdurumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak %95 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=81,779$; $p=0,000$; $p<0.05$). İş kolu ile finansal kurumlar kadın girişimcilere fayda sağlamasıdurumu orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.522$).

Tablo. 62. Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu İle Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Ülke	Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu		Faaliyet Süresi				X^2	Crm's V	P
			0-2 yıl	3-5 yıl	6-8 yıl	9 yıl ve üzeri			
Türkiye (Muğla)	2001-3000 TL	n	10	35	35	0	29,516	0,444	0,000**
		%	12,50	43,80	43,80	0,00			
	3000 TL ve üzeri	n	5	30	15	20			
		%	7,10	42,90	21,40	28,60			
Polonya (Bydgoszcz)	2001-3000 TL	n	12	19	23	6	11,853	0,281	0,008**
		%	20,00%	31,70%	38,30%	10,00%			
	3000 TL ve üzeri	n	19	32	15	24			
		%	21,10%	35,60%	16,70%	26,70%			
	**P<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile faaliyet süresi arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=29,516$; $p=0,000$; $p<0.01$). Kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile faaliyet süresi arasında orta seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.444$). Polonya’daki kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile faaliyet süresi arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=11,853$; $p=0,008$; $p<0.01$). Kuruluş öncesi hedeflenen

gelir durumu ile faaliyet süresi arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.281).

Tablo. 63. Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu İle Ortaklık Yapısı Arasındaki İlişki

Ülke	Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu		Ortaklık Yapısı			X ²	Crm's V	P
			Arkadaş	Yok	Eş			
Türkiye (Muğla)	2001-3000 TL	n	5	70	5	18,263	0,349	0,000**
		%	6,30	87,50	6,30			
	3000 TL ve üzeri	n	20	40	10			
		%	28,60	57,10	14,30			
Polonya (Bydgoszcz)	2001-3000 TL	n	22	38		1,001		0,317
		%	36,70	63,30				
	3000 TL ve üzeri	n	26	64				
		%	28,90	71,10				
	**P<0,01							

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye'deki kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile ortaklık yapısı arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=18,263$; $p=0,000$; $p<0.01$). Kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile ortaklık yapısı arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's V=0.349). Polonya'daki katılımcılara göre kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile ortaklık yapısı arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. ($p>0.05$).

Tablo. 64. Kadın Girişimcilerin Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu İle Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel Arasındaki İlişki

Ülke	Kuruluş Öncesi Hedeflenen Gelir Durumu		Yatırım Yaparken Karşılaştıkları Engel				X ²	Crm's V	P
			Bürokratik Engeller	Sermaye Yetersizliği	Vergiler	Bilgi Yetersizliği			
Türkiye (Muğla)	2001-3000 TL	n	10	45	10	15	23,816	0,398	0,000**
		%	12,50	56,30	12,50	18,80			
	3000 TL ve üzeri	n	20	20	25	5			
		%	28,60	28,60	35,70	7,10			
Polonya (Bydgoszcz)	2001-3000 TL	n	4	50	6		18,378	0,350	0,000**
		%	6,70	83,30	10,00				

	3000 TL ve üzeri	n	15	44	31				
		%	16,70	48,90	34,40				
	**p<0.01								

Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre; Türkiye’deki kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=23,816$; $p=0,000$; $p<0.01$). Kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.398$). Polonya’daki kadın girişimcilerin kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasındaki ilişki istatistiksel olarak %99 güven seviyesinde anlamlıdır ($X^2=18,378$; $p=0,000$; $p<0.01$). Kuruluş öncesi hedeflenen gelir durumu ile yatırım yaparken karşılaştıkları engel arasında düşük seviyede bir ilişki vardır. (Cramer's $V=0.350$).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimci, kar elde etme amacı ile risk alarak üretim faktörlerini bir araya getirip yenilik yapan kişi olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla girişimci yeni her bir faktörü toplumun hizmetine sunmaktadır. Böylelikle bilinmeyen ya da az bilinen bir kaynak ekonomide yer alarak üretime katkı sağlamaktadır.

Girişimcilik, ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayarak toplumları iyileştirmesinin yanı sıra, bireylerin sahip olduğu potansiyellerin ortaya çıkışıyla hem sosyolojik hem de psikolojik olarak kendini daha iyi ifade edebilmesine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda ülkelerin ekonomik gelişme ve kalkınmalarında girişimcilik büyük önem arz etmektedir.

Ekonomik büyüme ve kalkınma amacı güden ülkeler, bölgeler arası hem ekonomik hem de sosyal refah açısından da bir denge kurma amacı gütmektedirler. Ancak neredeyse her ülkede ekonomik ve sosyal faaliyetler belirli merkezlerde gerçekleşmekte ve bu sebeple bölgeler arası gelişmişlik açısından dengesizlikler meydana gelmektedir. Kalkınmada bölgesel anlamda başarı elde edilmesi, doğru müdahale araçlarının seçimi ve yerel aktörlerin katılımının gerçekleşmesi ile mümkündür. Yerel aktörler içinde yer alan potansiyel ya da iş hayatının içinde olan kadın girişimciler, bölgesel kalkınmanın sağlanmasında büyük önem arz etmektedir.

Dünyada ve Türkiye’de pek çok araştırmaya konu olan kadınların, sosyal ve iş hayatındaki yerinin önemi daha fazla fark edilmeye başlanmıştır. Kadın emeğinin de işgücü piyasasında yer almasıyla istihdam hacmi artış göstererek ekonomik kalkınma hız kazanmaktadır. Dünya nüfusunun önemli bir bölümünü oluşturan kadınların ülke ekonomisine katkı sağlaması giderek artış gösteren işsizlik ve yoksulluk oranlarının azalmasında önemli bir faktör olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu 31-40 yaş arasında olup medeni hali evli ve lise mezunu olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’deki kadın girişimciler en fazla çocuğu olmayanlardan oluşurken Polonya’da en fazla 2 çocuk sahibi kadın girişimciler bulunmaktadır. Her iki ülkede de orta seviyede eğitim almış, genç nüfusun arasında olan kadın girişimcilerin evli olmalarına rağmen iş-aile sorumluluklarını birlikte yürütebildiği ortaya çıkmaktadır. Türkiye’deki kadın

girişimcilerin eşlerinin mesleği en çok serbest meslek iken Polonya’da en çok girişimci eşlere sahip kadınlar olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye’deki kadınların çoğunluğunun iş tecrübesi 11 yıl ve üzeri iken Polonya’daki kadın girişimciler 6-10 yıl arasında iş tecrübesine sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye’deki kadın girişimciler kuruluş öncesi aylık 2001-3000 TL arası gelir hedefleyip aylık 2001-3000 TL arası gelir sağlayarak hedeflerine ulaşmış ve gelirlerinin yeterli olduğunu belirtmektedirler ancak Polonya’daki kadın girişimcilerin kuruluş öncesi aylık 3001 TL ve üzeri arası gelir hedefleyip aylık 2001-3000 TL arası gelir ile hedeflerinin altında kazanç sağladıkları ve gelirlerini yeterli bulmadıklarını belirttikleri ortaya çıkmaktadır .

Türkiye’deki ve Polonya’daki kadın girişimcilerin çoğunluğu 3-5 yıldır kendi işletmelerinde faaliyet göstererek 1-10 kişi arasında çalışana sahip ve herhangi bir kişi ile ortaklık olmadan girişimcilik faaliyetinde bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye’deki kadın girişimciler en çok restoran & kafe alanında hizmet verirken, Polonya’daki kadın girişimciler en fazla tekstil ve hazır giyim ile restoran & kafe alanında hizmet verdiği tespit edilmiştir. Her iki ülkede de kadın girişimcilerin kısa süredir çok fazla çalışana ve ortaklık yapısına ihtiyaç duyulmayan küçük işletmelere sahip hizmet sektöründe faaliyet gösterdiği ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’deki ve Polonya’daki kadın girişimcilerin çoğunluğunun iş kurma fikir kaynağının aldıkları eğitim ve edindikleri deneyimler doğrultusunda olduğu tespit edilmiştir. Kuruluş ncesi finansal kaynak için her iki ülkedeki kadın girişimciler eş ve/veya akrabalara başvurmuş ancak kuruluş sonrası Türkiye’deki kadın girişimcilerin çoğunluğu banka kredisi ve yeni ortak girişimciye başvururken Polonya’daki kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun finansal kaynak için akrabalara başvurduğu ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’deki ve Polonya’daki kadın girişimcilerin çoğunluğunun kuruluş amacı kendi işinin patronu olmak amacı ile girişimcilik faaliyetinde bulundukları ortaya çıkmaktadır. Araştırma kapsamına giren kadınlar girişimci olmak için gereken en önemli özellikleri önem sırasına göre sıraladığında ise; Türkiye’deki kadın girişimciler sırasıyla risk üstlenebilmek, yenilikçi uygulamalara sahip olmak,

sermaye sahibi olma, girişimci aileden gelme olarak belirtirken Polonya'daki kadın girişimcilerin risk üstlenebilmek, sermaye sahibi olma, girişimci aileden gelme olarak belirttikleri ortaya çıkmaktadır.

Türkiye'deki ve Polonya'daki kadın girişimcilerin çoğunluğunun yatırım yaparken karşılaştıkları en büyük engel sermaye yetersizliği olduğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye'deki kadın girişimciler kuruluş aşamasında finansman eksikliği engeli ile karşılaşırken kuruluş sonrasında vergi ödemeleri ve borç ödemeleri engeli ile karşılaştıkları ortaya çıkmaktadır. Polonya'daki kadın girişimciler pazarda tanınmamış olmanın kuruluş aşamasında engel olduğunu belirtirken kuruluş sonrasında pazarın durgun oluşu, vergi ödemeleri ve borç ödemeleri engeli ile karşılaştıkları ortaya çıkmaktadır. Her iki ülkede de vergi ödemeleri ve borç ödemeleri kadın girişimcilerin hem kuruluş aşamasında hem de kuruluş sonrasında karşılaştıkları engel olduğu tespit edilmiştir. Polonya'daki kadın girişimcilerin pazarın faaliyetlerini de belirtmesi rekabet ortamının yoğun olduğu veya uygun pazar yeri seçiminin önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Türkiye'de işgücüne katılım oranları ve kendi işinin sahibi olan kadınların oranı Avrupa Birliği ülkeleri ile kıyaslandığında önemli ölçüde düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, işsizliğin yoğun olarak artış gösterdiği ülkemizde işgücü hacminin önemli bir bölümünü oluşturan kadınların daha fazla işgücüne katılımının sağlanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kırsal kalkınmanın bütünüyle gerçekleştirilemiyor olmasının başlıca nedenlerinden biri de kadın girişimcilerin ekonomik hayatta yeterli ölçüde yer alamamasından kaynaklanmaktadır. Kadınları geri plan tutan eğitim düzeyinin düşüklüğü, fırsat eşitsizliği, toplum önyargılarının ve cinsiyet eşitsizliği algısının hakim olduğu gelişmekte olan ülkelerde kadının kırsal kalkınmadaki rolü oldukça büyüktür. Kadın girişimci sayısının artması ile bu sorunlar giderek ortadan kalkmaya başlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2003). "Tarımsal İşletmelerde Finansal Performans Analizi", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 20, Kayseri, s.21-37.
- Akdemir A. (2004), *İşletmeciliğin Temel Bilgileri*, Tuğra Matbaacılık, Isparta.
- Akdemir, A. (2008). *Vizyon Yönetimi*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Akmut, Ö., Aktaş, R., Aykaç, B., Doğanay, M., Durukan, T., Müftüoğlu, T., Yüksel, Ö. (2003). *Girişimciler İçin İşletme Yönetimi*, Gazi Kitabevi.
- Akyol, T. (1993). *Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*, Şafak Matbaacılık, Ankara.
- Alpşahin, U, *Kadın Girişimcilerin Başarı Faktörleri: Farklılık Yaratın Stratejilerin Çözümlemesi*, Çanakkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale 2011.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Asuman, A. S., Toksoy, A. (2014). "Türkiye’de Girişimcilik Ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz", *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XXI, Sayı:2, 41-58.
- Aşkın, E. Ö., Barış, S. (2016). "Kadın istihdamında sosyal sermayenin etkisi: Tokat ilinde kadın girişimciler üzerine bir inceleme", *Business & Economics Research Journal*, VII, Sayı 2, s. 63-82.
- Atasoy, T. (2009). *Kendinizin Patronu Olmak: Girişimcilik*, ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- Avşar, M, *Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana 2007.
- Ay, Ü., Koca, A.İ. (2013). Kadın Girişimci Tipleri Ve Bunların Gösterdiği Özellikler. Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, Veritas akademi, 65-79.
- Aydın, O. (2012). "AB'de Kırsal Turizmde ilk 5 Ülke ve Türkiye'de Kırsal Turizm", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 2, s.39-46.
- Aytaç, Ö., İlhan, S. (2007). "Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik bir perspektif", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, XVIII, Sayı:15, s.101-120.

Aztimur, H, *GAP Bölgesinin Sosyo-Ekonomik Kalkınmasında Kadın İstihdamının Yeri: Şanlıurfa Örneği*, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa 2005.

Balaban, Ö., Özdemir, Y. (2013). Kadın Girişimcilerin İş Yaşam Dengesi Algısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Örneği. *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik*, Veritas akademi, 113-137.

Baltacı, A. (2018). “Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri Ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 7(1), s.231-274.

Başbüyük, A. (2004). “Coğrafi Açından Türkiye’de Kırsal Kalkınma Sorunu /The Problem of Rural Development in Turkey in the View of Geography”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, IX, Sayı : 12, s. 43-66.

Başol, O, *Girişimci Kadın Ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği*, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bursa 2010.

Bedük, A. (2005). “Türkiye’de Çalışan Kadın Ve Kadın Girişimciliği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, IV, Sayı :12, s.106-117.

Berber, M., ESER, B. Y. (2008). “Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke Ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz”, *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, X, Sayı:2, s.1-16.

Bozoğlu B. G., İnel, M. N. (2015). “Kadın Girişimcilerin Profili Bağlamında Çatışma Düzeyleri Ve Yatırım Tercihleri: Yalova İli Üzerine İnceleme”, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, XI, Sayı:44, s.104.

Boone L.E., Kurtz, D. L. (2013). “*Contemporary Business*” Çağdaş İşletme 14. Basımdan Çeviri, Çev.Editörü Prof.Dr. Azm. Yalçın, Nobel Akademik Yay. Eğ. Dan. Tic. Ltd. Şti., Ankara.

Bozgeyik, A. (2005). *Girişimcilik Ruhunuzu Ateşleyin: Girişimcilere Yol Haritası*, Hayat Yayınları, İstanbul.

Brockhaus, R. H. (1980). *Psychological and Environmental Factors Which Distinguish the Successful from the Unsuccessful Entrepreneur: A Longitudinal Study*, In Academy of Management Proceedings (Vol. 1980, No. 1, pp. 368-372). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

Busenitz, L. W., Lau, C. M. (1996). “A Cross-Cultural Cognitive Model Of New Venture Creation”, *Entrepreneurship Theory And Practice*, XX, Sayı:4,s. 25-40.

Buttner, E. H., Moore, D. P. (1997). "Women's Organizational Exodus To Entrepreneurship: Self-Reported Motivations And Correlates With Success", *Journal small business management*, Sayı:35, s.34-46.

Can, Y., Karataş, A. (2007). "Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:3, s.251-261.

Casson, M. Yeung, B. Basu, A. Wadeson, N. (2006). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*, Oxford University Press, Great Britain.

Cengiz, G., Akkuş, Ç. (2012). Kırsal Turizm Kapsamında Yöre Halkının Kalkındırılması: Erzurum örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, XIV, Sayı:22, s. 61-74.

Charney, A., Libecap, G. D. (2000). *The Impact of Entrepreneurship Education: An Evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985 - 1999*, The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City, Missouri.

Chye, K. H. (1996). "Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics: A Study Of Hong Kong MBA Students", *Journal Of Managerial Psychology*, XI , Sayı:3, S.12-25.

Coulter, M. (2003). *Entrepreneurship in Action, Second Edition*, Prentice Hall, New Jersey.

Çeken, H., Karadağ, L., Dalgın, T. (2011). "Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma", *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Sayı 8(1), s.1-14.

Çelik, Z. (2005). "Planlı Dönemde Türkiye'deki Kırsal Kalkınma Politika ve Uygulamaları Üzerine Bir Değerlendirme", *Planlama Dergisi*, Sayı:2, s.61-71.

Çınar, Y., Avcı, Y. (2016). 20. Yüzyılın Kadınsızlaştıran Siyaseti Ve Tarihi. *Kadın Girişimciliği*, 67-95.

Çiftçi, M. (2010). "AB-15 Ülkelerinde Kadın Eməğinin Gelir Elastikiyeti Ve Türkiye: Değerlendirmeler Ekonometrik Uygulamalar", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, VII , Sayı:1, s.1350-1365.

Çokgezen, M. (2012). *Türkiye'de Devlet, Girişimcilik ve Yerel Kalkınma, Ekonomik ve Bölgesel Kalkınma Bültenleri*, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2010-110, İstanbul.

Çonkar, K. (1992). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yatırım Kararı ve Yatırım Teşvikleri*, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara.

Danışık, Ş., *Türkiye'deki Girişimci Profili*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya 2001.

Deakins, D. (1999). *Entrepreneurship And Small Firms*, England: McGraw-Hill Publishing Company.

Dobransky, D. F., *Doctoral Thesis on A Discriminant Analysis of Entrepreneurial Personality Characteristics for Each of Three Generational Cohorts: The Silent Generation, The Baby Boomers And Generation X*. University Of Pittsburg, Doctoral Dissertation, Pittsburg PA 2002.

Doğan, B. B., Kaya, M. (2014). "TRC2 Bölgesinde Kadın İstihdamı Sorunları ve Çözüm Önerileri", *International Journal of Social and Economic Sciences (IJSES)*, Sayı:2, s. 91-106.

Doğan, İ. (2000). *Sosyoloji Kavramlar ve Sorunlar*, Sistem Yayıncılık San. Tic. Aş. İstanbul.

Doğanalp, B., Afşar, B. (2016). Kadın Girişimcilerin Profil Analizi : Konya İli Örneği. *Kadın Girişimciliği*, Nobel Akademik Yayıncılık, 97-128.

Doğramacı, B., *Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler ve Giresun Örneği*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya 2006.

Dolgun, U. (2003). *Girişimcilik*, Alfa/Aktüel Kitabevi, 1. Baskı, İstanbul.

Drucker, P. (2003). *Geleceğin Toplumunda Yönetim* (çev. Mehmet Zaman), Hayat Yayınları, İstanbul.

Durukan, T. (2007). "Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Sayı:2, s.25-37.

Ecevit, Y. (1993). *Kadın Girişimciliğın Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi*, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli., Bildiriler ve Tartışmalar. (Ed: Aypar Altınel). Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. Eğitim Serisi, Yayın No:74, Şafak Matbaacılık Ltd. fiti. Ankara.

Ecevit, Y. (2007). *Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım*, ILO.

Ecevit, Y., Kaptanoğlu, İ. (2014). *Kadın Girişimciler Araştırması*, Garanti Bankası Desteği.

Er, B., Şahin, Y., Mutlu, M. (2015). "Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler", *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, I, Sayı:1, s.31-54.

- Ercan, S., Gökdeniz, İ. (2009). “Girişimciliğin Gelişim Süreci Ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı:49, s.59-82.
- Erdun, Ş, *Kadın Girişimcilerin Risk Alma Eğilimi Ve Kendine Güven Özellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak 2011.
- Ertürk, E. (2016). Kadın Girişimcilerde İş Yaşam Dengesi. Kadın Girişimciliği, Nobel Akademik Yayıncılık, 131-159.
- FAO, (1997). *Development of Entrepreneurship among Rural Women*, Food and Agriculture Organization.
- Filiz, Y. (2011). *Esnek Çalışma Biçimlerinin Kadın İstihdamına Etkileri: Avrupa Birliği İstihdam Politikaları ve Türkiye Karşılaştırması*, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Gazioğlu, T. E., Kurt, Ü. (2015). “Ardahan’daki Kadın Girişimciler: Sorunlar, Engeller”, *Ardahan Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:2, s.125-135.
- Gökakın, Z. Ö. (2000). “Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Girişimci Kadın Profili”, *Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, Nevşehir, s.109-123.
- Göküş, M., Özdemiray, S. M., Göksel, Z. S. (2013). “Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:29, S.87-97.
- Gözek, S, Akbay, C. (2012). Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimleri Ve Sorunları”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, IX, Sayı:2, s.45-60.
- Güney, S. (2007). “Aile İşletmelerinde İkinci Nesile Devir Sürecinde Başarı Koşulları”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, II, Sayı : 1, s. 103-126.
- Güngör, M., Bulut, Y. (2008). “Ki-kare testi üzerine”, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, Sayı :7 (1), s.84-89.
- Hancı, A, *Girişimcilikte cinsiyet faktörü ve kadın girişimciler üzerine bir araştırma*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya 2004.
- Hébert, R. F, Link, A. N. (1989). “Insearch Of Themeaning Of Entrepreneurship”, *Small Business Economics*, I, Sayı:1, s.39-49.
- Hisrich R. D., Peters, M. P. (1995) *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing, A New Enterprise*, Donnelley And Sons Company, United State Of America.

- Hisrich, R.D., Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship*, Irwin Mc Grawhill, International Edition, USA.
- Hisrich, R. D., Peters, M. D. (2001). *Creativity and The Business Idea*, Entrepreneurship.
- Hisrich, D. H., Peters, M. D. (2002). *Entrepreneurship*, 5th Edition Mcgraw-Hill Higher Education.
- Hitt, M. A., Black, J. S., Porter, L. W. (2005). *Management, International Edition*, Pearson Prentice-Hall, New Jersey.
- İlter, B, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Afyon 2008.
- İplik, E, *Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği*, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Adana 2012.
- İraz, R. (2005). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*, Çizgi Kitabevi, Yayın No: 133, Konya.
- Jalbert S.E.(2000). *Women Entrepreneurs In The Global Economy*, New Jersey.
- Johnson, B. R. (1990). "Toward A Multidimensional Model Of Entrepreneurship: The Case Of Achievement Motivation and The Entrepreneur", *Entrepreneurship Theory and Practice*, XIV, Sayı:3, s.39-54.
- Kantar, M. (1999). Girişimcilik Ve Kırsal Kadınlar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, IV, Sayı:1-2, s. 29-42.
- Karabulut, T. (2009). *Girişimcilik Ve Sürdürülebilirliği*, Ankara: Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Karadal, H., Çelik, C. (2013). Kadın Girişimciliğini Destekleyen Başlıca Örgütlenmeler. Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, 155-167.
- Karadeniz, E. E. (2016). Türkiye’de Girişimcilik ve Girişimcilik Eko-Sistemi, GEM Raporu, 2016.
- Karakaş, A.F. (2013). *Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi*, Girişimcilik Ed. Nazan Yelkikalan İçinde Bölüm, Beta Yayınevi, 1.Baskı, İstanbul.
- Kayalar, M , Ömürbek, N . (2010). "Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, XXI, Sayı:1, s.185-200.
- Kaygın, E., Güven, B.(2013). Global Arenada Kadın Girişimciler. Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, Veritas akademi, 29-47.

Kaypak, Ş. (2012). “Ekolojik Turizm Ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, MMXII , Sayı :1, S.11-29.

Kesici, M. (2012). “Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek Ve İçecek Kültürünün Rolü”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 2, s.33-37.

Keskin, S. (2014). “Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu”, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, IX, Sayı:1, s.71-94.

Kızılaslan, N., Karaömer, M. (2015). “Determination of The Role of Women Entrepreneurship in of Hatay City”, *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, III, Sayı:6, s.371-379.

Koh, K, Y., Hatten, T. S. (2002). “The Tourism Entrepreneur”, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, III, Sayı:1, 21-48.

Kozak, N., Kozak, M. A., Kozak, M. (2013). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar* (14. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.

Kumkale, İ., Akdemir, A. (2013). Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesinde Tobb İl Kadın Girişimciler Kurullarının Rolünün İncelenmesi. Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, Veritas akademi, 167-183.

Kuşat, N. (2014). “Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm Ve Türkiye’de Uygulanabilirliği”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, XX, Sayı:2, s.65-87.

Kutunis, R. Ö. (2005). “Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği”, *Celalabat-Kırgısıztan: III. Uluslar arası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi*, s.676-684.

Kutunis, R.Ö.,Karakiraz, A. (2013). Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü. Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, Veritas akademi, 15-29.

Kuşluvan, Z., Kuşluvan, S. (2005). “Otel İşletmelerinde İş ve İşletme İle İlgili Faktörlerin İşgören Tatmini Üzerindeki Görece Etkisi: Nevşehir Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı :16(2), s.183-203.

Kutukız, D., Aydemir, İ. (2018). Girişimcilik Ve Finans. Yenilikçilik Ve Girişimcilik : Örnek Olay İncelemesi. Gazi Kitabevi, s.181-222.

Küçük, O. (2010). *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Lee, S. Y.,Florida, R., Acs, Z. (2004). “Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis Of New Firm Formation”, *Regional Studies*, XXXVIII , Sayı:8, s.879-891.

Mangır, D.Ş. (2016). Uluslararası Kadın Hakları Ve Kadın Girişimciliğin Uluslararası Toplumdaki Yeri. *Kadın Girişimciliği*, 191-210.

Marangoz, M. (2008). *Girişimcilik*, Pozitif Matbaacılık, Ankara.

Memiş, H., Paksoy, H. M., Paksoy, S. (2007). “Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi: GAP Bölgesinde Bir Araştırma”, “*Keskin, Halit. (2006), Girişimcilik Üzerine, http://www.gyte.edu.tr/ebulten/sayi6/girisimcilik.htm, (13 Nisan 2006).*”

Mueller, S. L., Dato-On, M. C. (2008). “Gender-Role Orientation As A Determinant Of Entrepreneurial Self-Efficacy”, *Journal Of Developmental Entrepreneurship*, XIII , Sayı:1, s.3-20.

Müftüoğlu, M. T., Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve Kobi'ler*, Gazi Kitabevi Tic. Ltd, Şti. Ankara.

Morrison, A. (2000). “Entrepreneurship: What Triggers It?”, *International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research*, XI, Sayı:2, s.59-71.

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

Odabaşı, Y. (2005). *Girişimcilik*, TC Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1567.

Ongun, U., Gövdere, B., Kaygısız, A. D. (2015). “Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Sorunları ve Çözüm Önerileri-Rural Tourism Potential Evaluation Of Burdur Province: Problems and Solution Proposals”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, XII, Sayı:12, s.99-116.

Oyuryüz, Z., Gürel, A. (2015). “Girişimci Kadınlar ve İş-Yaşam Dengesinin Sağlanmasında Engel ve Fırsatların Analizi”, *Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi*, II, Sayı:1, s.47-54.

Öğüt, A. (2006). “Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Ve Yöneticiliğinin Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu”, *ÇOMÜ Dergileri, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, I, Sayı:1, s. 56-78.

Öktem, M., Aydın, M., Ekinci, S. (2007). “Türkiye’de Girişimciliğinin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma”, *Sosyoekonomi*, V, Sayı:5, s. 48-76.

Özcan, A.B. (2016). Tarihin Akışında Kadınların Rolü. *Kadın Girişimciliği*, Nobel Akademik Yayıncılık, 277-291.

Özdemir, A. A. (2010). “Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri Ve Eskişehir’de Bir Araştırma/Motivation Factors Of Potential Entrepreneurs and A Research Study In Eskişehir”, *Ege Akademik Bakış*, X, Sayı:1, s. 117-139.

Öztürk, İ. (2008). *Girişimcilik Raporu*, İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Yayınları, Yayın No: 8., İstanbul.

Papatya, G. (2013). Yeni İş/İşletmecilik Dünyasında Kadın Liderliği: Girişimci Kadınlar İçin Genişletilmiş Okumalar Ve Notlar. Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, Veritas akademi, 213-239.

Padmavathi, D. (2011). “Sustainable Development Of Rural Women Entrepreneurs”, *In International Conference on Business, Economics and Tourism Management*, Sayı: 24, s. 67-70.

Peneder, M. (2009). “The Meaning Of Entrepreneurship: A Modular Concept”, *Journal Of Industry, Competition And Trade*, IX, Sayı:2, s.77-99.

Roberts, L., Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice*, CABI Publishing, Oxon and New York.

Sağır, H., Eroğlu, T. (2016). Küresel Sözleşmelerden Yerel Uygulamalara Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikaları. Kadın Girişimciliği, 294-332.

Sanayicileri, E. ve Derneği, İ. (1996). *Ege Bölgesi Yatırımcı Profili*, Esiad Yayın no, 96.

Silve, R.,David A. (1983). *Entrepreneurial Life*, John Wiley, New York.

Soykan, F. (2003). “Kırsal Turizm Ve Türkiye Turizmi İçin Önemi”, *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı 12(1), s. 1-11.

Soysal, A . (2010). “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, LXV, Sayı:01, s. 83-114.

Soysal, A. (2013). “Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye İçin Durum Değerlendirmesi”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, VIII, Sayı:1, s.163-190.

Soysal, A. (2013). Kırsal Alanda Kadınların Girişimcilik Faaliyet Ve Yeteneklerini Etkileyen Ve Engelleyen Faktörler. Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, Veritas akademi, 93-111.

Sönmez, A, Toksoy, A. (2014). “Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz”, *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XXI , Sayı:2, s.41-58.

- Şahbaz, U. vd. (2013). *İzmir Girişimcilik Ekosisteminin Geliştirilmesi Stratejisi*, İzmir
Kalkınma Ajansı ve TEPAV, İzmir.
- Şahin, E, *Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya 2006.
- Şekerler, H, *Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya 2006.
- Tekin, M. (2004). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Detay Yay., Konya.
- Tolunay, A., Akyol, A. (2006). “Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar Ve Tanımlar”, *Turkish Journal of Forestry*, Sayı:2, s,116-127.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Tosun, K. (1990). Yönetim ve İşletme Politikası, Cilt 1, İst: İ.Ü.İşletme Fak. Yay.
- TÜGİAD, (1993). *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri*, Simge Matbaacılık, İstanbul.
- TÜSİAD, (1987). *Türkiye’de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler*, İst: TÜSİAD.
- TÜSİAD, (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*, Ankara: TÜSİAD Yayınları
- Uçar, M., Çeken, H., Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm Ve Kırsal Kalkınma: Fethiye Örneği*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ufuk, H, Özgen, Ö. (2000). Kadın Girişimcilerin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili. Ankara: KOSGEB.
- Ürper, Y. (2012). *Girişimcilik ve İş Kurma*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayın No:2555, Eskişehir.
- Üstün, N., Dede, A. (2008). Konya’da Girişimciliğin Geleceği. KTO Raporları.
- Wickham, P. A. (2006). *Strategic Entrepreneurship*, Pearson Education, Harlow, United Kingdom.
- Winata, S, *The Economic Determinants Of Entrepreneurial Activity: Evidence From A Bayesian Approach: A Thesis Presented In Partial Fulfilment Of The Requirements For The Degree Of Master Of Business Studies In Financial Economics At Massey University*, Doctoral Dissertation, Massey University, New Zeland 2008.

Yağcı, F., Bener, Ö. (2005). “Girişimci Kadınların Demografik Ve Genel Karakteristikleri İle Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler”, *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, XXXIII , Sayı:2005, s.85-100.

Yalman, İ. N., Gündoğdu, Ö. (2014). “Kadın Girişimciliği Ve Bölgesel Kalkınma: Tr72 (Kayseri, Sivas, Yozgat) Bölgesinde Uygulama”, *Journal Of Entrepreneurship & Development / Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, IX, Sayı:1, s.40-70.

Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yetim, N. (2002). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, II, Sayı:2, s.79-92.

Yılmaz, H., Tolunay, A. (2007). “Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Politikalarında Yeni Yönelimler Ve Türkiye”, *Turkish Journal Of Forestry*, Sayı:1, s.107-122.

İnternet adresleri

<https://www.ailevecalisma.gov.tr/projeler/ksgm-projeler/>

http://www.milliyet.com.tr/serkan-unsal/kadin-girisimci-oranlarinda-teknoloji-2508407/?fbclid=IwAR2oGLvff_z8VIXOpPnTBbGeaULw1kaIFiv-R2MiCfM5V9yie-aDro0aaiw

<http://www.kadav.org.tr/kimiz/>

<http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda>

<http://www.kedv.org.tr/>

<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/337/vizyon-ve-misyon>

www.tdk.gov.tr

<http://tgmp.net/tr/sayfa/biz-kimiz-/117/0>

<http://tkv-dft.org.tr/>

<https://www.turleri.net/girisimcilik-turleri.html>

<http://www.yonetselzihin.com/girisimcilik/girisimcilik-kavrami-ve-turleri/.html>

<http://www3.kalkinma.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebContentGosterim.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFBD8FB4D720EB6A172>

EK-1

Bu anket Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencisi Ceren Özden'in "Kırsal Alanlarda Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Finansal Sorunlar : Milas (Muğla) – Bydgoszcz (Polonya) Karşılaştırması" isimli yüksek lisans tez çalışmasının uygulama kısmında kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Anketin sonuçları, kişisel verilerin korunmasına ilişkin mevzuata uygun olarak saklanacaktır. Yalnızca bilimsel amaçlar için, yani Türkiye ve Polonya'daki kırsal alanlarda kadın girişimciliği üzerine karşılaştırmalı bir analizin hazırlanması için kullanılacaktır. Yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Saygılarımla

Ceren ÖZDEN

1) Yaşınız?

20-30	31-40	41-50	51-60

2) Medeni Durumunuz?

Evli	Bekar

3) Eğitim durumunuz?

İlköğretim	Lise	Lisans	Yüksek Lisans-Doktora

4)Çocuk Sayınız?

Çocuk yok	1	2	3 ve üzeri

5) Eşinizin Mesleği?

İşçi	Memur	Girişimci	Emekli	Serbest Meslek

6) İş Tecrübeniz?

0-5	6-10	11-20	21 ve üstü

7) Aylık Geliriniz?

501-1000 TL	1001-2000 TL	2001-3000 TL	3000 TL ve üzeri

8) İşletmenizin kuruluş öncesinde elde etmeyi hedeflediğiniz gelir nedir?

501-1000 TL	1001-2000 TL	2001-3000 TL	3000 TL ve üzeri

9) Elde ettiğiniz gelir ailenizin geçimi için yeterli midir?

Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum

10) İşletmeniz Kaç Yıldır Faaliyettedir?

0-2	3-5	6-8	9 ve üzeri

11) Çalışan Sayınız?

Yok	1-10	11-20 ve üzeri	21 ve üzeri

12) Ortaklık Yapısı?

Eş	Arkadaş	Akraba	Yok

13) İş kurma fikrinizin kaynağı nedir?

Anne- Baba	Eş – Arkadaş	Eğitim durumu- Deneyim	Basın-Yayın

14) İşin kurulması için ihtiyaç duyduğunuz finansal kaynağı nereden sağladınız? (İki sık işaretleyebilirsiniz)

Kişisel birikimler	Eş-Akrabalar	Banka Kredisi	Devlet Desteği

15) İşletmenizi büyütmek istediğiniz takdirde hangi finansal kaynaklara başvurursunuz?

Banka kredileri	Akrabalar	Diğer işletmeler	Yeni ortak girişimci

16) Karlılığınızı etkileyen unsurlar nelerdir?

Kredi maliyeti	Personel giderleri	Vergi ve diğer kamu ödemeleri	Malzeme /mal alış maliyetleri

17) İşletmenizin Kuruluş Amacı Nedir?

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kendi İşimin Patronu Olmak					
Daha Fazla Para Kazanmak					

Yetenekleri Serbestçe Kullanmak					
Ailemin Kurulu İşletmesinin Olması					
Diğerleri					

18) Faaliyette Bulunduğunuz İş Kolu Nedir?

Tekstil ve Hazır Giyim	
El Sanatları Atölyesi	
Tarım ve Hayvancılık	
Kuaför ve Kişisel Bakım	
Kreş ve Bakım Evi	
Restoran & Kafe	
Turizm	
Yurt ve Pansiyon	
Diğer	

19) Girişimci Olabilmek İçin Sahip Olunması Gereken Koşulları Önem Sırasına Göre İşaretleyiniz.

	1 (en fazla)	2	3	4	5 (en az)
Risk Üstlenebilmek					
Yenilikçi Uygulamalara Sahip Olmak					

Sermaye Sahibi Olmak					
İletişim Becerilerine Sahip Olmak					
Girişimci Aileden Gelmek					

20) Yatırım Yaparken Sizin Açınızdan En Önemli Engeller Hangileri Olmuştur?(1'den fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

Bürokratik Engeller	Sermaye Yetersizliği	Vergiler	Bilgi Yetersizliği	Kişisel Yetersizlikler

21) İşletmenizin Kuruluş Aşamasında Karşılaştığınız Güçlükler Nelerdir? (1'den fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Finansman eksikliği					
Pazarda tanınmamış olmak					
Uygun yer seçiminin zorluğu					
Deneyimsizlik					
Bürokratik işlemler					

İşin başarısız olacağını düşünmek					
Ailevi sorumluluklardan zaman bulamamak					
Aile büyüğünün izin vermemesi					

22) İşletmenizin Kuruluşundan Sonra Karşılaştığınız Güçlükler Nelerdir? (1'den fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Pazarın durgun oluşu					
Vergi ödemeleri					
Borç ödemeleri					
Aşırı yorgunluk					
Müşteriler ile ilgili sorunlar					
Elemanlar ile ilgili sorunlar					
Aile ilişkileri					

Bürokratik engeller					
Kredi alamama					
Deneyimsizlik					

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: Ceren ÖZDEN

Doğum Yeri: Antalya

Doğum Tarihi: 10/01/1990

Medeni Hali: Bekar

EĞİTİM BİLGİLERİ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Ve Otelcilik Yüksek Okulu

Konaklama İşletmeciliği

MESLEKİ BİLGİLER

Rixos Premium Bodrum (2012-2014)

Gezinomi Seyahat Acentası (2018-2019)