



**GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN VE
GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI:
KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Merve GÖRGÜN

Kütahya-2022

T.C.
KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN VE
GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI:
KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ**

Danışman:
Prof. Dr. Talip KARAKAYA

Hazırlayan:
Merve GÖRGÜN

Kütahya-2022

Kabul ve Onay

Sosyoloji Ana bilim dalında, 201991221013 öğrenci numaralı, Merve GÖRGÜN'ün hazırlamış olduğu “GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN VE GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI: KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ” başlıklı yüksek lisans tez çalışması ile ilgili tez savunma sınavı jüri tarafından yapılmış ve adayın tezinin OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile kabul edilmesine karar verilmiştir.

09/12/2022

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Prof. Dr. Talip KARAKAYA (Danışman)		
Doç. Dr. Ali ÖZTÜRK		
Dr. Öğr. Üyesi Esra IŞIK		

Onay

Doç. Dr. Arif KOLAY

Enstitü Müdürü

Bilimsel Etik Bildirimi

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “Girişimcilik Sürecinde Kadın ve Girişimci Ev Hanımları: Kütahya İli Örneği” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

09/12/2022

Merve GÖRGÜN

Özgeçmiş

İlk, orta ve lise öğrenimini İzmir’de tamamladı. 2015 yılında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyoloji Bölümünde lisans eğitime başlayıp 2019 yılında eğitimini tamamladı. Aynı yıl içerisinde Kütahya Dumlupınar Üniversitesi’nde pedagojik formasyon eğitimini tamamladı. Daha sonra 2020 yılında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı’nda yüksek lisans eğitimine başladı.



ÖZET

GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN VE GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI: KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ

GÖRGÜN, Merve
Yüksek Lisans Tezi, Sosyoloji Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Talip KARAKAYA
Aralık, 2022, 193 sayfa

Kadın girişimciliği erkek egemen anlayışlarla şekillenen ekonomi piyasasında kadının varlığını arttırması, finansal bağımsızlık kazanarak yaşamı üzerindeki hakimiyeti eline alması, kendisine yönelik toplumda inşa edilen cinsiyetçi inanışları ve kalıplaşmış önyargıları değiştirmesi, toplumsal alandaki konumunu yükseltmesi ve statü kazanması açısından önem taşımaktadır. Ancak kültürel normlar ve geleneksel anlayışlar kadını sınırlamakta ve kadın girişimciliğinin gelişimine engel olmaktadır. Bu sınırlamalar, ev hanımları üzerinde kendisini daha yoğun şekilde göstermektedir. Toplumsal konumunun ev içi mekanla özdeşleştirilmesi ve çalışma yaşamına dahil olmasının toplum tarafından yadırganması nedeniyle görece daha dezavantajlı bir konumda yer alan ev hanımlarının, kadın iş gücüne katılım sağlaması ve toplumsal alanda görünürlüklerini arttırması adına girişimcilik süreçlerinin incelenmesi önem taşımaktadır.

Araştırmada girişimcilik ve kadın girişimciliğine yönelik literatür taraması yapılmış ve kadın girişimciliğini ev hanımları özelinde incelemeye yönelik 22 girişimci ev hanımı ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda girişimci ev hanımlarının çoğunlukla hayallerini gerçekleştirme ve kendini kanıtlama isteğiyle girişimci oldukları, girişimlerini kurarken öz birikimlerini kullandıkları, girişimcilik süreçlerinde en fazla eşlerinden destek gördükleri, sermaye temini ve bürokratik işlemler noktasında sorun yaşadıkları, girişimcilik faaliyetleriyle beraber yaşamlarında meydana gelen en belirgin değişimin kişisel tatmin ve özgüven artışı olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimci Ev Hanımları, Kadın Girişimciliği, Kadın İşgücü, Toplumsal Cinsiyet

ABSTRACT**WOMEN IN THE ENTREPRENEURSHIP PROCESS AND ENTREPRENEUR
HOUSEWIVES: THE CASE OF KÜTAHYA****GÖRGÜN, Merve****Master Thesis, Department of Sociology****Supervisor: Prof. Dr. Talip KARAKAYA****December, 2022, 193 pages**

Women's entrepreneurship is important in terms of increasing the presence of women in the economic market shaped by male-dominated understandings, gaining financial independence and dominating her life, changing the sexist beliefs and stereotypes built-in society against her, and raising her position in the social arena and gaining status. However, cultural norms and traditional understandings limit women and hinder the development of women's entrepreneurship. These limitations show themselves more intensely in housewives. It is important to examine the entrepreneurial processes of housewives, who are in a relatively more disadvantaged position due to the identification of their social position with the domestic space and their inclusion in working life, to enable them to participate in the female workforce and increase their visibility in the social arena.

In the research, a literature review on entrepreneurship and women's entrepreneurship was made and in-depth interviews were conducted with 22 entrepreneurial housewives to examine women's entrepreneurship in particular housewives. As a result of the research, entrepreneurial housewives mostly become entrepreneurs with the desire to realize their dreams and prove themselves, they use their savings while establishing their ventures, they receive the support from their spouses the most in the entrepreneurial process, and they have problems in terms of capital supply and bureaucratic procedures, the most obvious change that occurs in their lives with their entrepreneurial activities is personal satisfaction and self-satisfaction. It has been found that there is an increase in self-confidence.

Keywords: Entrepreneurial Housewives, Entrepreneurship, Social Gender, Woman's Labor Force, Women's Entrepreneurship

ÖNSÖZ

Bu çalışma ekonomik ve toplumsal gelişmenin önemli bir kaynağı olan girişimciliğin toplumsal cinsiyet temelinde ev hanımları üzerinden sosyolojik bir perspektifle incelenmesi üzerinedir.

Çalışmam boyunca kıymetli bilgileri ile bana yol gösteren ve verdiği destekle kendimi geliştirmeme katkı sağlayan saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Öğr. Üyesi Talip KARAKAYA'ya teşekkürü bir borç bilirim. Saygıdeğer Dr. Öğr. Üyesi Esra IŞIK hocama da bu süreçte paylaştığı değerli bilgiler için teşekkür ederim. Ayrıca saygıdeğer Mustafa DEMİRKOL hocama da bana karşı göstermiş olduğu yoğun ilgi ve desteği için özel olarak teşekkür ederim.

Yine bu süreçte en büyük güç kaynağım olan ve her zaman yanımda olduğunu hissettiren sevgili eşim Ali GÖRGÜN'e, son olarak güçlü kadın duruşlarıyla toplumda örnek teşkil ettikleri ve araştırmama dahil olmayı kabul ederek yüksek lisans tezimi tamamlamamı sağladıkları için sevgili ev hanımlarına teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	6
1.1.1. Girişimci Düşünce ve Temelleri	8
1.1.2. Girişimciliğe Yönelme Nedenleri	9
1.1.3. Girişimcilerin Kişilik Özellikleri	14
1.1.4. Girişimcilikte Başarı Sağlayan Etmenler	17
1.2. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ VE AŞAMALARI	22
1.2.1. Fırsatların Tanımlanması ve Değerlendirilmesi.....	22
1.2.2. Faaliyet (İş) Planının Geliştirilmesi	24
1.2.3. Gerekli Kaynakların Belirlenmesi	26
1.2.4. Mevcut Girişimin Yönetimi	26
1.2.5. Girişimin Sonuçlarının Alınması	27
1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ.....	28
1.3.1. Bireysel Faydalar ve Kişisel Gelişim Açısından Önemi.....	29
1.3.2. Toplumsal Yapı ve Ülke Ekonomisi Açısından Önemi.....	30
1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI.....	32
1.4.1. Girişimciliğin Sağladığı İmkanlar ve Avantajlar	33
1.4.2. Girişimcilikte Karşılaşılan Olumsuzluklar ve Girişimciliğin Dezavantajları	34
1.5. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	36
1.5.1. Dünyada Girişimcilik.....	37
1.5.2. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi.....	39
1.5.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Girişimcilik	40
1.5.2.2. Cumhuriyet Dönemi ve Sonraki Dönemde Girişimcilik.....	41
1.6. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	43
1.6.1. Kültürel Yapı	44
1.6.2. Aile ve Sosyal Çevre.....	46
1.6.3. Siyasal Faktörler ve Mevcut Yönetim Anlayışı.....	48

1.6.4. Ekonomik Düzey	49
1.6.5. Öğrenim Düzeyi	50
1.6.6. Cinsiyet	51
1.6.7. Psikolojik Faktörler	52

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. GİRİŞİMCİ KADIN KAVRAMI	55
2.1.1. Girişimci Kadınların Özellikleri	55
2.1.2. Kadın ve Erkek Girişimci Arasındaki Farklar	57
2.1.3. Girişimci Kadınlara Yönelik Sınıflandırmalar	59
2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ	61
2.2.1. Ekonomik Yönden Kadının Girişimciliğinin Önemi	62
2.2.2. Toplumsal Yönden Kadın Girişimciliğinin Önemi	63
2.2.3. Bireysel Yönden Kadın Girişimciliğinin Önemi	64
2.3. İŞ GÜCÜ OLARAK KADIN VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN GELİŞİMİ	66
2.3.1. Dünyada Kadın Girişimciliği	67
2.3.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği	69
2.3.3. Dünyada ve Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Karşılaştırılması	71
2.4. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ ÖNÜNDEKİ ENGELLER	74
2.4.1. Toplumsal Cinsiyet ve Ayrımcı Tutum	75
2.4.2. Toplumsal Rollerin Çatışması	76
2.4.3. Eğitim ve Donanım Eksikliği	77
2.4.4. Bireysel ve Sosyal Algı	78
2.4.5. Finansal Kaynaklara Erişim	80
2.4.6. Örgütlenme Problemi	82

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI

3.1. EV HANIMLIĞI	85
3.1.1. Ücretsiz İş Gücü Olarak Ev Hanımları	86
3.1.2. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Ev Hanımlığı	87
3.1.3. Enformel Sektörde Ev Hanımlarının Yeri	88
3.2. EV HANIMLARI VE GİRİŞİMCİLİK	90
3.2.1. Ev Hanımlarını Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler	91

3.2.1.1. Kendini Gerçekleştirme ve Geliştirme İsteği	92
3.2.1.2. Kazanç Sağlama ve Ekonomik Bağımsızlık Kazanma İsteği	93
3.2.1.3. Toplumsal Statü Elde Etme ve Saygınlık Kazanma İsteği	94
3.2.1.4. Geleceğe Yönelik Güven Duyma ve Güvenlik İsteği	95
3.2.2. Ev Hanımlarının Girişimcilik Stratejileri.....	96
3.2.2.1. Hazır Bir Girişimin Satın Alınması.....	96
3.2.2.2. Hazır Bir Girişime Ortak Olunması	98
3.2.2.3. Yeni Bir Girişim Kurulması.....	98
3.2.2.4. Evde Yerleşik Girişimler.....	99
3.2.2.5. Sanal Girişimler.....	100

3.3. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİ EV HANIMLARININ DESTEKLENMESİ 101

3.3.1. Türkiye’de Ev Hanımlarının Girişimlerine Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar.....	102
3.3.1.1. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (KSGM)	103
3.3.1.2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	104
3.3.1.3. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER).....	105
3.3.1.4. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (İŞKUR)	106
3.3.1.5. Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı (KEDV).....	107
3.3.1.6. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu.....	108
3.3.1.7. Bankalar	108
3.3.1.8. E-Ticaret Firmaları	110

3.4. GİRİŞİMCİ EV HANIMLARININ KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ..... 110

3.4.1. Mikro Sorunlar	111
3.4.1.1. Özgüven Eksikliği ve Başarısızlık Korkusu.....	112
3.4.1.2. Toplumsal Rollerin Çatışması	113
3.4.1.3. Zaman Sıkıntısı	114
3.4.1.4. Toplumsal Cinsiyet Temelli Ayrımcılık	115
3.4.1.5. Sınırlı Sosyal Çevre ve İş Ağı	116
3.4.1.6. Ticari Deneyim Eksikliği	117
3.4.2. Makro Sorunlar	118
3.4.2.1. Mesleki Eğitim ve Donanım Eksikliği	118
3.4.2.2. Sermaye Temini	119
3.4.2.3. Yasal İşlemlerin Zorlayıcılığı.....	121
3.4.2.4. İletişim Kurma ve Örgütlenme Sorunu	121
3.4.3. Çözüm Önerileri.....	123

3.5. GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI İLE GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN OLMAK ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMA 127

3.5.1. Araştırma Hakkında Genel Bilgiler	127
3.5.1.1. Araştırmanın Konusu	127
3.5.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	128
3.5.1.3. Araştırmanın Yöntemi.....	129
3.5.2. Görüşme Gerçekleştirilecek Girişimci Ev Hanımlarının Seçilmesi	130

3.5.3. Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen Bulgular	131
3.5.3.1. Girişimci Ev Hanımlarının Genel Demografik Özellikleri	131
3.5.3.2. Ev Hanımlarının Girişimciliğe Yönelme Nedenlerine İlişkin Bulgular	138
3.5.3.3. Ev Hanımlarının Girişimcilik Süreçlerinde Aldığı Desteklere İlişkin Bulgular	142
3.5.3.4. Ev Hanımlarının Girişimcilik Süreçlerinde Yaşadığı Sorunlara İlişkin Bulgular	145
3.5.3.5. Ev Hanımlarının Girişimcilik Başarısını Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular	148
3.5.3.6. Girişimcilik Faaliyetlerinin Ev Hanımlarının Yaşamlarında Meydana Getirdiği Değişimlere İlişkin Bulgular	151

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ

EKLER.....	163
KAYNAKÇA	166
DİZİN	178

TABLOLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1.1: Girişimcilerin Kişilik Özellikleri	15
Tablo 1.2: Girişimlerin Başarısız Olmasının Yirmi Nedeni	20
Tablo 1.3: Girişimciliğin Sağladığı Bireysel Kazanımlar	30
Tablo 2.1: Erkek ve Kadın Girişimciler Arasındaki Farklar	58
Tablo 2.2: Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi (NECI) Türkiye Sonuçları	72
Tablo 3.1: 2016-2022 Tarihleri Aralığında Kadınların İşi Bırakma Sebepleri	89
Tablo 3.2: Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri	94
Tablo 3.3: Girişimci Ev Hanımlarının Yaşlarına Göre Dağılımı	131
Tablo 3.4: Girişimci Ev Hanımlarının Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı	132
Tablo 3.5: Girişimci Ev Hanımlarının Çocuk Sayısına Göre Dağılımı	132
Tablo 3.6: Girişimci Ev Hanımlarının Girişimcilik Öncesi İş Tecrübelerine İlişkin Bulgular	133
Tablo 3.7: Girişimci Ev Hanımlarının Faaliyet Gösterdikleri Sektörlere İlişkin Bulgular	135
Tablo 3.8: Girişimci Ev Hanımlarının Piyasaya Giriş Stratejilerine İlişkin Bulgular	137

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1: Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları.....	32
Şekil 2.1: Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi (NECI) Dünya Sonuçları.....	73





TEZ METNİ

GİRİŞ

İnsanlık başlangıçtan bu yana çeşitli talepler ve isteklerle varoluşunu sürdürmüştür ve bu durum girişimciliğin ortaya çıkışı ile sonuçlanmıştır. Bu anlamda girişimcilik, tarihin en eski çağlarından beri uygulanan bir faaliyet türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin gelişimi ile birlikte zaman içinde çeşitlenen ve kapsamını genişleten girişimcilik, kişilere sunduğu fırsatlar ve cazip avantajlar ile tarihsel süreçte bir çok kişinin faaliyette bulunmak ve kendisine meslek kolu olarak seçmek istediği bir alan haline gelmiştir.

Bilgiye dayalı üretimin ön plana çıktığı günümüz dünyasında girişimlerin önemi yenilik, yaratıcılık, değişim gibi parametreler ekseninde daha çok değer kazanmaktadır. Öyle ki ülkelerin gelişme kaydetmesi teknolojiye dayalı bilgi ve hizmet üretiminin artırılmasına bağlıdır ve bu gelişmelerin kaydedilmesi de girişimcilik faaliyetleri ile mümkün olmaktadır. İşsizlikle mücadele ve istihdam yaratmada önemli bir silah olarak değerlendirilen girişimcilik, milli gelirde yarattığı artış ile de ekonomik büyüme ve toplumsal refahı arttırmada önemli bir araç halini almaktadır. Bu anlamda ülkelerin girişimciliğe verdiği önem ve girişimcilik faaliyetlerini çoğaltmaya yönelik çabası her geçen gün artmaktadır.

Özellikle 1980'lerden sonra girişimcilik faaliyetlerinde yaşanan artış, toplumsal alanda kendisine duyulan merakı da giderek arttırmıştır. Erkekler kadar kadınlar tarafından da ilgi duyulan söz konusu faaliyetler, zaman içinde gelişim göstererek girişimciliği kadınların da içerisinde aktif olarak yer aldığı bir alan haline getirmiştir. Kadın iş gücünün piyasa içerisinde ağırlığını giderek arttırması ile kadın girişimciliği toplumsal alanda tanınırlık kazanmıştır.

Ancak kadınların girişimci kimlikleriyle çalışma hayatı içinde kendine yer bulması ve ekonomik bir aktör olarak bağımsızlık kazanması bir çok nedenden dolayı kolay elde edilen bir başarı olmamış, günümüzde dahi bu başarının seviyesi küresel olarak istenilen düzeylere ulaşamamıştır. Bu gelişim önündeki engeller coğrafi, sosyal, ekonomik, demografik, politik, fizyolojik ve psikolojik gibi koşullara bağlı olarak ortaya çıkabildiği gibi çalışmanın temel eksenini oluşturan ve kadın girişimciliğini söz konusu kavram üzerinden okumayı amaçlayan toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizlikten beslenmektedir.

Kadınlar ve erkekler için toplum tarafından sosyal olarak belirlenmiş rol ve sorumluluklar, yaratmış oldukları toplumsal cinsiyet olgusu üzerinden kadın ve erkek arasında bir takım eşitsizliklerin oluşumuna kaynaklık etmiştir. Toplumsal cinsiyet olgusu her coğrafyanın kendi içerisinde sahip olduğu bir takım dinamikler ile zaman, mekan gibi belirli değişkenlere bağlı olarak farklı şekil ve düzeylerde kendisini göstermektedir. Öyle ki aynı coğrafi sınırlar içerisinde dahi bölgesel olarak bu farklılıkları gözlemlemek mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla kadınların dünyanın her yerinde sistematik olarak aynı biçimde ve oranda haksızlığa uğradığı ve eşitsiz bir düzlemde varlık göstermeye çabaladığını söylemek evrensel bir iddia olmaktan uzaktır.

Toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizlikler, günümüzde feminizme dayalı düşünceler ekseninde ataerkil iktidarlığı üzerinden okunmakta ve kadınlar, ataerkil dayanışmasının kendi üzerlerinde kurmuş olduğu tahakküme karşı mücadele içerisinde olmaktadır. Bununla birlikte sosyalist düşünceler de feminist söylemlere paralel olarak üretim araçlarının çoğunlukla erkeklerin elinde bulunması nedeniyle ataerkil kapitalizm olarak adlandırdıkları sistemin kadın emeği üzerindeki sömürüsüne vurgu yapmaktadır. Bunun sonucunda ataerkinden beslenerek kadına yönelik tüm baskı mekanizmalarının temelinde yer aldığı savunulan toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizliklerin son bulmasının, ancak bu yapının ortadan kalkmasıyla mümkün kabul edildiği söylenebilmektedir.

Çalışma bu bağlamda toplumsal cinsiyet olgusu ekseninde ülke adına önemli bir potansiyel oluşturan kadın iş gücünün girişimcilik faaliyetleri ve bu sürece ev hanımı kimliği ile dahil olan kadınları konu edinmekte olup birinci bölümde girişimcilik kavramını tanımlamaya yönelik genel bir giriş yapılmıştır. Kavramın tanımlanmasının ardından süreç aşamalar halinde incelenmiş, girişimciliğin önemi açıklanarak olumlu ve olumsuz yanları ortaya konmaya çalışılmıştır. Yine bu bölümde girişimciliğin küresel ve yerel olarak iki farklı boyut üzerinden tarihsel gelişim çizgisi aktarılmış ve son olarak girişimciliği etkileyen başlıca faktörler üzerinde durulmuştur.

Girişimcilik olgusuna araştırmada kapsamlı bir şekilde yer verilmesinin nedeni kadın girişimciliğinin daha sağlıklı biçimde incelenip ayırt edilebilmesi ve toplumsal açıdan son derece önem arz eden kadın girişimciliğinin gelişimine katkı sağlama amacıyla oluşturulan bu çalışmanın girişimci olmak isteyen kadınlara girişimcilik kültürünü tanıtmayı ve yol gösterici olması adına gerekli bir çaba olarak değerlendirilmiş olmasıdır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise girişimcilik sürecinde kadının ele alınması amaçlanmıştır. İlk olarak girişimci kadın kavramının açıklanması adına girişimci kadınların özellikleri, kadın ve erkek girişimci arasındaki farklar ve kadın girişimcilere yönelik yapılan sınıflandırmalar ele alınmıştır. Ardından kadın girişimciliğinin önemi makro ve mikro boyutlu incelenip açıklanmaya çalışılmıştır. Son olarak kadının iş gücüne katılımını ve kadın girişimciliğinin gelişimini konu edinen bilgilerle Dünya'dan ve Türkiye'den karşılaştırmalar yapılmış ve gelişim önünde engel teşkil eden unsurlara değinilmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise tezin ana problem noktasını oluşturan girişimci ev hanımları ve ev hanımlarının girişimcilik sürecini anlamaya ve açıklamaya yönelik gerçekleştirilen araştırma verileri yer almaktadır. Ev hanımlığı kavramının farklı boyutlarda ele alınıp incelenmesinin ardından ev hanımlarının girişimcilik süreçlerinde etkili olan faktörler belirlenip ortaya konmuştur ve bu süreçte yaşadıkları genel sorunlara değinilerek sorunlara yönelik çözüm önerileri sunulmuştur. Girişimci ev hanımlarıyla yapılan görüşmelere ilişkin bilgilere ve elde edilen bulgulara da yine bu bölümde yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında Kütahya ilinde bulunan 22 girişimci ev hanımı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilerek nitel veriler toplanmıştır. Araştırma evreninin oluşturulduğu bölge olan Kütahya ili, Türkiye'nin Ege bölgesinde yer almaktadır. Bu anlamda coğrafi ve iklimsel şartların yarattığı elverişli koşullar Kütahya için ekonomik üretimde tarım ve hayvancılık faaliyetlerin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Şehrin büyük bir kısmını oluşturan kırsal kesimlerinde daha yoğun olarak gerçekleştirilen bu faaliyetlerin, kent merkezlerine doğru gidildikçe yerini sanayi ve fabrikalara bıraktığı görülmektedir. Bu anlamda iktisadi yönden çok daha verimli olan kent merkezi, bireylere sunduğu iş fırsatları ve yeni sosyal etkileşim biçimleriyle beraber hem kırsal bölgelerden hem de çevre bölgelerden aldığı göçlerle nüfus yoğunluğunu her geçen gün arttırmaktadır. Ancak bu yoğunluk, hem bölge içinde hem de diğer bölgelerle kıyaslandığında oldukça düşük bir seviyededir.

Bölge kırsalından kent merkezine doğru yaşanan göçler ile birlikte bireyler bir kentleşme sürecine girmiş ancak kırsal bölgede hakim olan ataerkilliğin ön planda olduğu geleneksel yapılar, modernizm üzerine kurgulanan kentli yaşam formu içerisinde tamamıyla terk edilmemiştir. Dolayısıyla kırsala ait toplumsal yaşam biçimlerinin şehir merkezinde de sürdürülmesi söz konusu olup bölge içinde kültürel normlarına, gelenek

ve göreneklerine sadık geleneksel aile yapısı daha çok ön plana çıkmıştır. Kadınlar ise bu yapı içerisinde geleneksele ait kültürel öğelerin taşıyıcıları konumunda yer almaktadır. Bu doğrultuda daha çok ev içi mekanla sınırlı yaşamlarında toplumsal cinsiyet temelli bir takım roller ve bu rollerden doğan görev ve sorumlulukları yerine getirmekle yükümlü olan minimum düzeyde bir sosyalizasyona sahip kadınlar, ev hanımı kimliğiyle toplumda varlık göstermektedir.

Araştırmada ise gelenekselliğin sürdürüldüğü ve ataerkin kadını toplumsal alanın dışında kalmaya zorladığı söz konusu bu yapı içerisinde daha dezavantajlı bir konuma sahip ev hanımlarının bir kadın olarak girişimcilik süreçlerinde yaşadıklarının açıklanması amaçlanmıştır. Konuyu aydınlatmaya yönelik sorular, gönüllülük esasına dayalı olarak görüşmeye katılan girişimci ev hanımlarına yöneltilmiştir. Nitel veri toplama amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanan bu çalışmada, mevcut katılımcıların araştırma için uygun gördüğü bir takım tanıdıklarını tavsiye etmesi ve araştırmacıyı bu kişilere yönlendirmesi üzerine örneklem genişletilmiştir. Kartopu  rnekleme olarak adlandırılan bu örnekleme yöntemi ile farklı girişimci ev hanımlarına ulaşılmış ve onlarla iletişim sağlanmıştır. Katılımcıların yöneltilen sorulara verdiği yanıtlarda konuya yönelik anahtar kelimeler tespit edilip ilgili kategoriler altında toplanarak araştırma bulgularına ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra konuyla ilgili önceden yapılan araştırmalar, tezler, kitaplar, makalelerden yararlanılarak literatür tarama yönteminden de faydalanılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Gerek bireylerin yaşam kalitesini arttırma gerek toplumsal alanda refah sağlama açısından sunduğu birçok avantajla ilgi çekici bir alan olarak girişimcilik, araştırmacılar tarafından birçok soru ile anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır. Bu anlamda girişimciliğin kapsamlı bir şekilde ele alınarak incelenmesi, anlaşılması ve açıklanması girişimsel faaliyetlerde bulunan kişilerin işletmelerindeki etkinliklerinde başarı elde etmeleri ve girişimlerini doğru bir şekilde geliştirerek büyüme göstermeleri açısından önem taşımaktadır.

Arıkan'ın aktarımıyla Baron (1998), girişimciliğin anlaşılması ve açıklanmasına yönelik literatürde var olan soruları şu şekilde özetlemiştir: “Neden bazı insanlar yeni fırsatları görme ya da yaratma yeteneğine sahipken diğerlerinin bu tür bir özelliği yoktur? Neden bazı kişiler iş fikirlerini ya da hayallerini gerçek bir işletmeye dönüştürürken diğerleri bunu başaramaz? Neden bazı girişimciler başarılı iken diğer bazıları başarısızdır?” (Arıkan, 2002, s. 27). Bu sorular ise girişimcilik kavramının daha detaylı şekilde incelenmesi ihtiyacını doğurmaktadır.

Kavram olarak girişimcilik, literatürde pek çok araştırmacı ve yazar tarafından farklı açılardan ele alınıp incelenmiştir. Girişimcilik kavramına yönelik ortaya konulan açıklamalarda ise ortak noktanın “girişimciliğin ekonomik fırsatların yeni değerlere dönüştürüldüğü bir süreç olarak ele alınması” (Yörük ve Ağca, 2006 akt. Özyılmaz, 2016, s. 12) olarak görünmektedir. Bireylerin olası iş fırsatlarına karşı harekete geçerek bu fırsatları değerlendirebileceği maddi kaynakları elde etmesi ve ardından iş organizasyonunu faaliyete geçirerek bu faaliyetleri düzenli olarak sürdürmesi başarılı bir girişimsel süreci ifade etmektedir. Türkçe’de “üstlenmek” anlamı taşıyan girişimcilik, bu anlamda bireyin girişimde bulunduğu iş alanında birçok sorumluluk üstlenmesi olarak okunabilir. Aynı zamanda bu süreçte finansal risk kavramı da sıklıkla ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla girişimci, organizasyonu kurma ve yönetim alanlarında büyük sorumluluklar üstlenmesinin yanı sıra süreç içerisinde çeşitli risklerle de mücadele etmektedir.

Bu risklere vurgu yapan ekonomist Richard Cantillon, aynı zamanda girişimciliğe dair tanımlamada bulunan ilk isim olmuştur. 18. yüzyıl erken dönemlerinde bilimsel literatüre kavramı kazandıran Cantillon’a göre girişimci, henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak ifade edilmiştir ve bu tanım girişimcinin risk üstlenme özelliğini vurgulamakta ve

bunu ortaya çıkarmaktadır (Tosunoğlu, 2003, s. 4-5). Girişimciliği, uygulamada hiç olan bir şeyden değeri olan bir şey yaratan insana özgü, yaratıcı bir çaba olarak tanımlayan Timmons (Gürol, 2000, s. 25) için bu süreç, yaratıcılık ve vizyon gerektirmektedir. Girişimci başarılı olabilmek için yarattığı vizyonla insanları etkileyecek güce sahip olmalı ve bunu yaparken öngörülen riskler karşısında cesur davranmalıdır.

Günümüzde girişimcilik kavramının fark yaratma, yenilik üretme, inovasyon gibi farklı terimler üzerinden ele alındığı görülmektedir. 20. yüzyıla kadar iş yapan, aktif kimseler için kullanılan girişimci tanımı, zaman içinde gelişerek risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve tüm bunları hayata geçirme anlamlarını da içine almıştır (Çetin, 1996: Akt. Ballı vd, 2014, s. 103). Son yıllarda piyasadaki rekabet düzeyinde yaşanan artış, girişimcilerin yenilik üreterek farklarını ön plana çıkarmalarını zorunlu hale getirmiştir.

Yaratıcı kişilik ile girişimciliği bir bütün olarak ele alan Gerber'e (1996) göre, yaratıcılık ve yenilik kavramları girişimciliğin olmazsa olmazıdır. Bu doğrultuda ortaya konan diğer tanımlar şu şekildedir: Girişimcilik, gerekli zaman ve çabanın temin edilerek sosyal, finansal ve psikolojik risklerin alınması yoluyla parasal kazançların ve kişisel tatminin elde edildiği, katma değeri olan farklı şeyler ortaya koyma sürecidir (İlter, 2010: 8). Girişimcilik, fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türüdür (Arıkan, 2002, s. 31).

Harvard Business School'un 1983 yılında gerçekleştirdiği konferanslar dizisi sonucunda katılımcıların üzerinde görüş birliği sağladığı tanımlamaya göre girişimcilik (Döm, 2006, s. 5):

- Önemli iş fırsatlarının farkına varma suretiyle,
- Proje ile uyumlu risk alma yönetiminin sağlanması ile,
- Projenin başarı ile gerçekleşmesini sağlayacak yönde beşeri, mali, hammadde ve malzeme kaynaklarını hızla harekete geçirmek için işletmede gereken haberleşme ve yönetim becerileri uygulamaları ile birey ya da bireylerin değer yaratma çabalarıdır.

İçerisinde taşıdığı bir çok riskli ve tehlikeli durumun yanı sıra kişilere sunduğu çeşitli fırsatlarla da ilgi çekici bir alan olarak değerlendirilen girişimcilik, söz konusu fırsatların doğru zamanda ve doğru hamleler ile değerlendirilmesi sonucu girişimcilere büyük avantajlar sağlamakta ve girişimcilerin yaşam standartlarında artış elde etme

imkanı sunmaktadır. Girişimin başarısını gösteren bu süreç içerisinde girişimci gözlem ve değerlendirmelerde bulunarak riskli durumlarda yönetim becerilerini kullanmalı, karşısına çıkan fırsatları fark edebilmeli ve değerlendirebilmelidir.

Fırsatların değerlendirilmesi ve başarılı sonuçlar alınması ise girişimcinin finansal yönden yeterliliğin yanı sıra girişimcinin yenilikçi ve yaratıcı olma, stres yönetimini sağlama, liderlik vasfı taşıma, cesur hamlelerde bulunma ve öncülük etme gibi çeşitli bireysel ve sosyal yetenekleri ile doğru orantılı yönde gelişmektedir. Bu yetenekler büyük ölçüde girişimcilerde mevcut karakteristik özelliklerle varlık gösterirken, girişimcilerin bireysel çabalarıyla da ilerleme kaydedilmektedir.

1.1.1. Girişimci Düşünce ve Temelleri

Girişimci düşüncenin oluşumu bir takım bileşenlerin varlığına bağlıdır ve bu bileşenler girişimcilikte başarıya ulaşmanın temel anahtarı niteliğindedir. Faaliyetlerin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi, işletmelerin kapasitelerini yükselterek iş hacmini arttırması ve büyümesi de söz konusu bileşenlerin girişimcilerde varlık göstermesi ile doğru orantılı şekilde ilerlemektedir. Bu anlamda girişimci düşüncenin temelini oluşturan bileşenlerin tanımlanması ve açıklanması, esnek ve hızlı değişim gösteren günümüz dünyasında var olan girişimlerin yaşamsal fonksiyonlarını sürdürmesi ve gelişmesi açısından önem taşımaktadır.

Davranışsal olarak girişimcilik kavramı, bir fırsatı değerlendirmek, bir iş fikrini tanımlamak, gerekli kaynakları bulmak, daha sonra bir girişimi faaliyete geçirmek ve sonuçlarını almak için gerekli olan faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir (Başar, 2005, s. 6). Girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak isteyen veya halihazırda bir girişimi mevcut her bir girişimcinin sahip olması beklenen bu düşünce biçiminde temel olarak dört bileşen yer almaktadır. Bu bileşenler, yenilikçi ve yaratıcı olma, risk alma, öncü olma ve rekabetçi düşünme (Başar, Tosunoğlu ve Demirci, 2001, s. 89) olarak sıralanabilmektedir.

Yenilikçi ve yaratıcı olmak; problemlere ve ihtiyaçlara yaratıcı, alışılmamış ve yeni çözümler aramayı ifade eder ve bu çözümler, yeni ürün ve hizmetler, yeni teknolojiler veya üretim süreçleri kullanılması şeklinde tanımlanabilir (Başar, 2005, s. 6). Teknolojik gelişmelerle birlikte küresel çapta yaşanan hızlı ve keskin değişimler karşısında adaptasyon sağlayamayan ve yeniliklere uyum gösteremeyen oluşumlar,

piyasadaki konumunu yavaş yavaş kaybetmekte ve en sonunda faaliyetlerine son verme riski ile karşı karşıya kalmaktadır.

Küreselleşme ile birlikte silikleşmeye başlayan sınırlar ve oluşan yeni iş ağları, işletmeler arasındaki rekabetin ciddi ölçüde artmasına neden olmuştur. Bu rakipler, bir anda çok farklı ve tehdit edici bir yapıya bürünebilmektedir (Arıkan, 2002, s. 81). İşletmeler, bu belirsizlik içeren şartlar altında hem pazar içinde sayısı giderek artan rakipleri ile rekabet etme, hem de verimliliklerini arttırarak gelişim gösterme çabası içindedir. Bu rekabet ortamında istenen şey girişimcinin yaratıcı ve yenilikçi fikirlerle rakiplerine karşı farkını ortaya koymasidir.

Yaratıcılık, tekrarların ve taklitlerin önüne geçerek işletmenin yenilikçi bir duruş sergilemesine ve böylece rakiplerini geride bırakmasına yardımcı olur. Girişimci, yaşanabilecek durumlar karşısında değişime her zaman açık olmalı ve yeniliği normal karşılayarak kendisine bu yeniliklerden fayda sağlamalıdır. Zor olan değişimi yenmek için girişimci, hem üretim hem de kullanım aşamasında karşılaşılabileceği dirençleri iyi hesaplamak ve onları aşmaya yönelik çabalar göstermek zorundadır (Başar, 2005, s. 6). Tüm bu faktörler, yenilikçi ve yaratıcı olma halini girişimci düşüncenin temel bileşeni haline getirmiştir. Global rekabet ortamındaki değişimlerle baş edebilmek hatta bu değişimleri yaratabilmek için girişimcilerin, problem çözme ve yaratıcılık, yetenek ve kapasitelerini arttırmaları gerekir (Arıkan, 2002, s. 82).

Girişimcilerin, yaratıcı düşünme yeteneklerini kullanarak ortaya yeni fikirler sunması, değişim hızının ve rekabetin üst düzeyde yaşandığı günümüz dünyasında girişime yenilikçi bir duruş kazandırarak rakip işletmelerin önüne geçmesine olanak sağlamakta ve işletmelerini sektör içerisinde üst boyuta çıkarmaları açısından önem taşımaktadır. Yarattığı farklılıkla ön plana çıkan girişim bu anlamda alanında öncü unvanına da sahip olarak işletme sürecinde artı değer sağlayacaktır.

1.1.2. Girişimciliğe Yönelme Nedenleri

Günümüzde girişimciliği yönelimsel bir süreç olarak değerlendiren pek çok fikir ön plana çıkmaktadır. Bu yönelimleri yaratan birbirinden farklı sebep bulunmaktadır ve bu yönelimler oluşturulacak girişimin misyonu, organizasyon yapısı, faaliyet türü, kapasitesi gibi pek çok alan üzerinde belirleyici olmaktadır. Gelişimini hızlı bir biçimde sürdüren ve giderek küreselleşen günümüz dünyasında bireylerin ilgi, ihtiyaç ve beklentileri de bu hızla paralel bir şekilde değişmekte ve çeşitlenmektedir. Girişimcinin

bu doğrultuda kendine has özellikleri ve yaşam değerleri ile biçimlenen girişimsel yönelim, girişimcilerin iş yaşamlarındaki tutum ve davranışlarını da şekillendirmektedir.

Kar elde etme amacı, bağımsız olma ve kişisel tatmin sağlama istekleri temel faktörler olmak üzere insanların girişimci olmasında etkili olan bir çok neden vardır ve bu nedenler arasında kendi işinin patronu olmak, yeteneklerini kullanarak yeni bir düşünceyi hayata geçirmek, ekonomik anlamda kazanç sağlamak, prestij kazanma ve tanınma yoluyla psikolojik tatmin sağlamak sayılabilir (Kutanis, 2006, s. 8). Bir çok değişkene bağlı olarak ortaya çıkan söz konusu yönelimler, girişimin kurulmasından gerçekleştirilen faaliyetlere kadar sürecin ilerleyiş şeklinde belirleyici olma özelliği taşımaktadır. Dolayısıyla girişimcinin bu alana yönelme sebebi, girişimin kaderi üzerinde doğrudan etkili olmaktadır.

Bireyin girişimciliğe yönelmesindeki sebeplerin bir takım ihtiyaçlardan kaynaklanabileceği ifade eden araştırmacılardan Friberg (1976) bağımsızlık ihtiyacı, maddi teşvikler, onaylanma ihtiyacı, kişisel değerleri gerçekleştirme dürtüsü üzerinde dururken, Hofstede (1980) bağımsızlık ihtiyacı üzerine çalışmış; Cooper (1971) ve Shapero (1975) olumsuz durumlardan sakınma isteğini araştırırken, McClelland, (1961) ve Vroom (1967) onaylanma ihtiyacı üzerine odaklanmışlardır (Carter vd., 2003 akt. İnce vd., 2016).

Colins ve Moore'un 1964'te imalat işletmesi kuran erkek girişimciler üzerine yaptığı çalışmada öne çıkan değerlerin yüksek düzeyde bir özerklik ihtiyacı, bağımsız olma isteği ve kendi kendine güven olarak belirlendiği görülmüştür (Ballı ve Ballı, 2014, s. 106). Scheinberg ve Macmillan tarafından 1988 yılında gerçekleştirilen 11 ülkeye yönelik bir başka çalışmada ise altı temel faktörün girişimsel yönelimde etkin rol oynadığı öne sürülmektedir. Bu altı temel faktör sırasıyla şu şekildedir (Kapu, 2001, s. 207);

1. Kabul görme ihtiyacı
2. Gelir elde etme aracı olarak görme
3. Kendini geliştirme aracı olarak görme
4. Bağımsız olma isteği
5. Toplumu geliştirme isteği
6. Bir çıkış yolu olarak görülmesi

Hüsnü Kapu (2001), Orta ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yaşayan girişimcilerin mevcut işletmelerini hangi girişimcilik değerlerinin etkisinde kalarak kurduklarını ve onları motive eden yaşam değerlerinin neler olduğunu tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada sırasıyla en önemli değerlerin; topluma katkı, ekonomik nedenler, sosyal kimliğin güçlendirilmesi, toplumsal statü ve prestij kazanma, kendini gerçekleştirme ve aile geleneğini sürdürme olduğunu saptamıştır (Ballı vd., 2014, s. 105).

Kişilerin girişimciliğe yönelmesindeki faktörleri belirlemeye ve incelemeye yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda temel olarak itme ve çekme faktörlerine değinilmekte olup itme faktörleri arasında aile gelirini artırma ihtiyacı, maaş temelli bir işten memnuniyetsizlik, uygun bir iş bulma ve ailenin sorumluluklarını yerine getirme ihtiyacı gibi unsurlar yer alırken çekme faktörlerinde ise bağımsızlık ihtiyacı, kendini gerçekleştirme, toplumdaki statü ve itibarı artırma gibi unsurlar yer almaktadır (Yalçın ve Kapu, 2008 Akt. Aksoy vd., 2019, s. 15). Bu faktörler aynı zamanda girişimcinin, girişimsel süreçten beklentisini de ortaya koyarken sürecin şekillenmesinde de başat rol oynamaktadır. Dolayısıyla bu faktörlerin incelenmesi girişimsel sürecin oluşumunun anlaşılması noktasında önem taşımaktadır.

Abraham Maslow tarafından 1943 yılında oluşturulmuş “Maslow’un İhtiyaçlar Piramidi” teorisi (Çoban, 2021, s. 113) incelendiğinde piramidin ilk basamaklarında yer alan fizyolojik ihtiyaçlar ve güvenlik ihtiyaçları yeterli düzeyde karşılandığında karşımıza sevmek, sevgi görmek, ait olmak, bir grubun parçası olmak, önemli hissetmek, kabul edilmek ve saygınlık kazanmak gibi ihtiyaçlar çıkmaktadır. Bu ihtiyaçların karşılanması her insan için doğal bir gereklilik olduğu gibi girişimciliğe yönelimin altında yatan sebeplere de karşılık gelebilmektedir.

McClelland (1967) ise ihtiyaçlar kuramında insanların başarı, güç ve ilişki olmak üzere üç çeşit ihtiyaçla motive olduğunu belirtmekte ve başarıma ihtiyacını üstün olma ve başarıya ulaşma güdüsü ile, güç ihtiyacını diğerlerini kontrol edebilme ve etkili olabilme ile, ilişki ihtiyacını ise diğer kişilerle dostça ve yakın ilişkiler kurabilme şeklinde açıklamaktadır (Akt. Aksoy vd., 2019, s. 112) Dolayısıyla girişimciler bu güdülerden hareketle girişimcilik faaliyetlerine atılabilmekte ve bu süreçte elde ettiği başarılarla psikolojik yönden tatmin olabilmektedir. Bu noktada kişinin başarılı bir girişimle saygınlık kazanma, onay görme, kabul edilme, önemli hissetme gibi duygu ve durumlarda ulaşacağı doyum girişim motivasyonunu büyük ölçüde karşılamaktadır.

Elbette mevcut bir yapılanma içerisinde iş yaşamına başlayarak daha önce bir girişime sahip olmamış ve girişimciliğe yeni adım atan kişilerin motivasyonları ile kariyerinin ilk aşamasında girişimciliğe yönelen kişilerin motivasyonları birbirinden farklılık gösterebilmektedir.

“Bürokratik yapı içinde çalışan insanları, kuralları sorgulamadan takip eden bir makinenin dişlilerine benzeterek kendi kurallarına bağlı modern köleler yaratmakta ve insanların bireysel özgürlüklerini ortadan kaldırmaktadır. Weber bu durumu “demir kafes” nitelemesiyle açıklayarak bürokrasinin bu özellikleriyle insanları görünmez bir demir kafese hapsettiğine vurgu yapmıştır” (SEHAK, 2019 s. 21). Bu anlamda kendisinden hariç bir başka otoritenin hakim olduğu esneklik ilkesiyle hareket eden belirsizlik ve risklerin dünyası özel sektörler ve Weber’in deyimi ile bürokrasinin demir kafesi içinde kişisel özgürlüklerin ortadan kalktığı kurumsal yapılanmalar, modern kölelerinin bağımsızlık kazanma ve özgür olma isteklerini güdülemektedir.

Bu durum, kişileri herhangi bir kontrol mekanizmasından bağımsız şekilde hakimiyeti kendi ellerinde bulundurdıkları bir iş fikrine daha da yakınlaştırmakta ve onları tüm bu isteklerini özgürce karşılayabilecekleri girişim fikrine yönlendirmektedir. Bu farklılığın esasını, başkasının yanında çalışmanın birey açısından oluşturduğu dezavantaj meydana getirmektedir (Kutanis, 2006, s. 8). İş güvencesi olmadan çalışma, maliyet unsuru olarak görüldüğünde kriz zamanlarında işten çıkartılma riski, tayin edilme ve terfi, ücret vb. açısından adaletsiz uygulamalarla karşılaşma gibi durumlar, bireyleri çalıştıkları işten ayrılıp girişimci olmaya yöneltmektedir (Tekin, 1999: Kutanis, 2006, s. 9).

Girişimlerin toplumların gerek sosyal gerek ekonomik yapılarına fayda sağlayan bir faaliyet türü olduğu inkar edilemez bir gerçektir. Girişimlerin toplum inşasından toplumun geliştirilmesine dek bir çok önemli etkisi söz konusudur. Dolayısıyla bir girişimin kurulması girişimcinin hayatında yarattığı değişimler kadar ait olduğu toplumsal yaşam düzeninde de belirleyiciliğe sahip bir takım etkinlikler yaratmaktadır. Girişimciler genel olarak yeni fikirleri hayata geçirerek talep oluşturmak, potansiyel pazarların gelişmesine ve yeni pazarların oluşmasına öncülük etmek, bu amaçla teknolojinin geliştirilmesini sağlamak, üretimin daha kaliteli ve ucuz olmasını sağlamak, yeni kaynakları üretim faktörleri olarak değerlendirmek, fırsat yaratma mantığı ile iş yaşamının değişmesini sağlamak, istihdamın artmasını sağlamak ve tüm bu etkiler sonucunda ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaktadırlar (Kutanis, 2006, s. 9).

Ülkemizde geçmişi uzun yıllara dayanan girişimcilik bu anlamda oldukça büyük öneme sahiptir. Girişimcilik, neden olacağı düşünülen bu olumlu gelişmeler nedeniyle ülkemizin yerel potansiyelini kullanarak kalkınmasında etkin rol oynayabilecek güce sahip olduğundan teşvik edilerek desteklenmelidir (Tekin, 1999 Akt. Kutanis, 2006, s. 9). Girişimcilik yeteneklerine sahip ve bu alanda bir şeyler ortaya koymak isteyen girişimci adaylarının desteklenmesi, bu anlamda her ülkenin kendi refah ve kalkınma seviyesini yükseltmek adına yapması gereken bir zorunluluk halini almaktadır. Bu desteklerin yanı sıra girişimcilik ruhunu baltalamaya yönelik her türlü engelin ortadan kaldırılması veya en aza indirgenmesi de ülkelerin dikkat etmesi gereken bir diğer hususu oluşturmaktadır.

Tarihsel süreç içinde girişimcilik özelliklerine sahip olan bireylerin sadece kendi işletmelerinin başarısında değil, yöresel, bölgesel ve ulusal kalkınmada da etkin bir rol sahibi oldukları görülmektedir (İraz, 2005, s. 229). Girişimcilerin yürütmüş olduğu yatırım projeleri milli gelirde artış sağlamakta, yeni iş olanakları yaratarak istihdamı artırmakta, piyasalara yeni ürün ve hizmetlerin sunulmasını sağlamakta ve rekabeti artırma yoluyla çeşitliliği ve kaliteyi artırmaktadır (Arıkan, 2004, s. 62-63). Girişimlerin oluşturulmasıyla yaratılan söz konusu toplumsal faydalar, aynı zamanda girişimcinin topluma sunduğu hizmet ve toplumun gelişimine sağladığı katkı duygusu ile psikolojik yönden tatmin sunmakta ve girişimcilerde motivasyon aracı olarak ön plana çıkmaktadır.

Maslow'a (1969) göre kendini gerçekleştirme, bireyin kendini tatmin etmesini ve yapabileceklerinin en iyisini yapması şeklinde bir ihtiyacı temsil eder (Maslow, 1969, s.3 Akt. Çoban, 2021, s. 115) İhtiyaçlar hiyerarşisinin önemli basamaklarından biri olan kendini gerçekleştirme ihtiyacı, bireysel yeteneklerin geliştirilmesiyle iyi bir yaşama sahip olma arasındaki paralel seyirde kendisini en iyi şekilde vurgulamaktadır. Kısmi ihtiyaçlar tatmin edildiğinde birey kendini ve çevresini tam olarak tecrübe etmesi ile daha üst düzey bir gelişme için kendisini rahat hissedebilecektir (Sengupta, 2011, s. 102). Bu aşama girişim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve kişinin kendi potansiyelini açığa çıkarması için uygun bir zamanlamayı ifade etmektedir.

Girişimcilikte elde edilen başarılar şüphesiz bireyler özelinde büyük bir özgüven kaynağı olmaktadır. Özellikle kişilerin kendi çabalarıyla ortaya koymuş olduğu girişim örneklerinde sıfırdan bir şeyler var etme duygusu kimi zaman girişimin maddi getirisinden bağımsız bir mutluluk yaratmaktadır. Girişimcilik aynı zamanda kişisel gelişimin en büyük destekçilerinden biri olarak karşımıza çıkarken kişinin kendini gerçekleştirme yönünde de büyük bir araç konumundadır.

1.1.3. Girişimcilerin Kişilik Özellikleri

Girişimciliği kişisel bir özellik olarak ele alıp inceleyen ve girişimci ruhun varlığını bilişsel ve sosyal faktörlerle açıklamaya çalışan araştırmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Girişimci özelliklerin, kimi zaman kişilerin bireysel çabaları sonucu ortaya çıkartılabilir ve geliştirilebilir nitelikte olduğu görölse de büyük ölçüde kişilerde doğuştan var olan kişilik özellikleri ile ilişkilendirilmesi söz konusudur. Bu anlamda girişimcilik özelliklerine sahip kişi, bireysel ve sosyal alandaki yetenek ve becerileri ile diğer insanlardan farklılık göstermekte ve girişimsel faaliyetlerdeki başarıısı ile ön plana çıkmaktadır.

Başarılı bir girişim örneği sergileyen kişilerin kişilik özelliklerinin diğer insanlardan daha farklı olduğuna yönelik tezler ortaya konmakta ve bu farklılıklar açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu doğrultuda hareket eden Baron (2000), başarılı girişimcilerin kendi yargılarına fazlasıyla güvenen, diğer insanlarla başarılı bir biçimde etkileşimde bulunan, sosyal algıları yüksek ve değişikliklere daha hızlı uyum sağlayabilen kişiler olduklarını belirtmektedir (Akt: Özyılmaz, 2016, s. 8).

Arıkan, tarihsel süreçte farklı araştırmacılar tarafından girişimcilerin kişilik özelliklerine ilişkin yapılan tanımlamaları sırasıyla ortaya koymuştur (Tablo 1.1). Bu anlamda girişimcilere atfedilen kişisel özelliklerin farklı açılardan ortaya konduğu görölse de temel hareket noktalarının risk alma ve başarı elde etme olduğu anlaşılmaktadır. Bu noktada girişimciler, yeni fikirler üretmek ve bu anlamda rakiplerinden farklı olarak sektör içerisinde yenilikler sunmak adına bir takım riskli hamlelerde bulunmaktan çekinmemelidir. Risk almanın girişimde başarıya ulaşmanın bir anahtarı konumunda olduğu göz önüne alındığında girişimciler bu konuda cesaretli davranmalı, doğru analizlerde bulunarak karşısına çıkan fırsatları en iyi şekilde değerlendirebilmelidir.

Tablo 1.1: Girişimcilerin Kişilik Özellikleri

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mill	Risk alma
1917	Weber	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1934	Schumpeter	Yenilik, önyak olma
1954	Sutton	Sorumluluğa istek duyma
1959	Hartman	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1961	McClland	Risk alma, başarı güdüsü
1963	Davids	Hırslı olma, bağımsızlık isteği, sorumluluk, özgüven
1964	Pickle	İnsan ilişkileri, iletişim becerisi, teknik bilgi
1965	Litinger	Riski tercih etme, bağımsızlık, tanınma, babacanlık, liderlik
1965	Schrage	Doğru algılama, güç motivasyonu, gerginliğin performansı azalttığı gerçeğinin farkına varma
1971	Palmer	Risk ölçme
1971	Hornadey & Aboud	Başarı güdüsü, özerklik; saldırganlık; güç; tanınma
1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İçsel güç odağı
1974	Liles	Başarı ihtiyacı
1977	Gasse	Kişisel değerlere dönüklük
1978	Timmons	Güdü/özgüven, amaca dönüklük; orta düzeyde risk alma; kontrol odağı, yaratıcılık/ yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk üstlenme eğilimi
1980	Sexton	Enerjik olma/ hırs; olumlu terslikler
1981	Mescon, Montanari	Başarı, hakimiyet, özerklik, dayanma gücü, kontrol
1981	Welsh-White	Kontrol ihtiyacı, sorumluluk isteği, özgüven/ güdü; mücadele etme, orta düzeyde risk alma
1982	Dunkelberg-Cooper Welsh-Young	Büyümeye dönüklük, bağımsızlığa dönüklük, zanaatkarlığa dönüklük, kontrol kaynağı, özgüven, yenilikçilik

Kaynak: Arıkan, 2004, s. 25.

Her ne kadar girişimciler kendi aralarında gelir seviyesi, eğitim ve kültür düzeyi ya da etnik kökenler gibi birbirinden oldukça farklı yönleri sahip olsalar da konuya yönelik ortaya konan araştırmalar, her girişimciye bulunması gereken bir takım ortak özelliklere vurgu yapmaktadır. Öyle ki bu özellikler, girişimcilerin girişimcilik süreci boyunca sergiledikleri davranışlarla doğrudan bağlantılı haldedir ve girişimin yaşamsal devamlılığını doğrudan etkilemektedir. Bu nitelikler şu şekilde sıralanmıştır (Başar, 2013, s. 5):

- Yaratıcılık, iş yapmak için yeni ürünlerin, servislerin ya da yolların geliştirilmesini sağlayan kıvılcımdır. Yeniliğin ve gelişmenin itici gücüdür. Kalıp yargıların dışından bakarak düşünmek, sürekli öğrenmek ve sorgulamaktır.
- Kendini adama, bir girişimciyi, özellikle başlangıç aşamasında, başarılı olabilmesi için, haftanın 7 günü ve günde 12 saatten fazla olabilecek kadar çok çalışması için motive eden güdüdür. Başarılı olabilmek için çok çalışmaya, planlama ve fikir üretmenin de katılması gerekmektedir. Kendini adama bunu gerçekleştiren özelliktir.

- Kararlılık, başarıya ulaşmak için duyulan normalin üzerinde güçlü bir arzudur. Aynı zamanda istikrar ve zor zamanlardan sonra yeniden kendini toparlama becerisini içerir. 9 kere bir sonuç alamasa da, girişimciyi 10. telefon aramasını yapmak için ikna eden de budur. Gerçek bir girişimci için para motivasyon kaynağı değildir. Başarı, motive eden temel faktördür, para ise bunun ödülüdür.
- Esneklik, değişen pazar ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde cevap verebilme yeteneğidir. Bir hayale sadık kalırken aynı zamanda piyasa gerçekliğinin de farkında olmaktır. Bu gerçeklik, gerekiyorsa girişimcinin vizyonunu değiştirmesine bile yol açabilir.
- Liderlik, kurallar yaratmak ve hedefler oluşturmaktır. Kurallara uyulacağını ve başarıya ulaşılacağını görerek hareket etme kapasitesidir.
- Tutku, bir girişimciye başlangıcı yaptıran faktördür. Girişimciye, kendi vizyonuna inanmaları için başkalarını ikna etme gücü verir. Planlamanın yerine geçemez ama girişimcinin odaklanmış bir şekilde kalabilmesini ve girişimcinin planının diğer insanlar tarafından görülmesini ve uygulanmasını sağlar.
- Kendine güven, belirsizliği ve risk seviyesini azaltan planlar sayesinde gelişir. Uzmanlığın da kendine güvenin oluşmasında katkısı vardır. Kendine güven, girişimciye kolayca akli çelinmeden ve gözü korkmadan başkalarını dinleme yeteneği verir.

Coulter ve Robbins (2003), girişimcilerin doğuştan sahip oldukları bir takım özelliklerin yanı sıra sonradan kazanılan yeteneklere de vurgu yaparak bir girişimcinin başarı elde edebilmesi için yüksek motivasyon, özgüven, kabiliyet, sorunlar karşısında dirençli olma ve sorunların üzerine gidebilme, hatalardan ders çıkarma ve çözüme ulaştırmada sabırlı ve ısrarcı davranma, üst düzey yaratıcılık, hedefine ilerlemede istikrarlı olma, denemekten asla yorulmama ve pes etmeme, riskler ve tehditler karşısında cesur davranma, yüksek konsantrasyon ve dikkate sahip olma, olası fırsatları görebilme ve onları değerlendirebilme gibi bir çok özellik ve yeteneğe sahip olması gerektiğini belirtmiştir. Bunların yanı sıra girişimciler, başarısızlığa rağmen vazgeçmezler, belirsizliğe karşı toleranslıdır, detaylara önem verirler ve mükemmeliyetçidirler (Arıkan, 2002, s. 29).

Literatürde özellik yaklaşımı olarak adlandırılan ve ana inceleme konusu girişimci bireylerin kişisel özellikleri ve onları girişimciliğe yönlendiren motivasyonlar

olan yaklaşım “niçin aynı koşullar altında belirli bireyler organizasyon kurup işletirken diğerleri böyle bir girişimi başlatmamaktadırlar?” (Gartner, 1989, s. 47) sorusu üzerinden araştırmalarını gerçekleştirmektedir. Bu noktada yapılan analizlerde girişimcilerin belirgin kişisel özelliklerinin “kontrol odağı, başarıma gereksinimi, risk alma, kişisel değer sistemleri ve bireyin yaşı” (Begley, 1987: Ağca, 2005, s. 155-156) olduğu gözlenmiştir. Ancak kişisel özelliklerin ölçülebilirliği, tekrarlanabilirliği ve genelleştirilebilirliğindeki zorluklar (Ağca, 2005, s. 154) konuya yönelik fikir birliğinin sağlanması önünde engel teşkil etmekte ve tartışmaların artmasına sebep olmaktadır.

Girişimci kişilerde bulunduğu düşünülen doğuştan veya sonradan sahip olunan tüm bu özellikler, girişimlerin faaliyetlerini sağlıklı şekilde sürdürebilmeleri ve piyasa içerisinde rakipleri karşısında varlık göstermeye devam edebilmeleri açısından oldukça önemli kabul edilmektedir. Bu anlamda girişimciler sahip oldukları özellikleri en verimli şekilde girişimlerine kanalize etmeli ve bu özellikleri geliştirerek başarılarını arttırma noktasında özel bir çaba sarfetmelidir.

1.1.4. Girişimcilikte Başarı Sağlayan Etmenler

Şüphesiz her girişim başarı hedefi doğrultusunda kurulmuş ve süreçteki adımlarını bu amaç doğrultusunda atmıştır. Girişimsel süreçler maddi kaynakların yeterli düzeyde olması ile ortaya çıkmakta ve söz konusu kaynaklar ile devamlılığını sürdürmektedir. Ancak maddi yönden problem yaşamayan her girişimin başarılı olacağı ve gelişim göstereceği yönünde bir kesinlik bulunmamaktadır. Girişimlerin faaliyetlerinde başarılı olması ve kendini geliştirmesi için gerekli olan bir takım faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler her bir girişimci adayının kendi işini hayata geçirmeden önce dikkat etmesi ve her bir faktörün mevcudiyetinden emin olduktan sonra faaliyetlerine başlaması gereken şartları ifade etmektedir. Bu şartlar Arıkan tarafından şu şekilde özetlenmektedir (2002, s. 71);

- Gerekli yeteneklere sahip bir veya bir kaç kişinin varlığı: Yetenekler, teknik ve idari olmak üzere iki gruptan oluşmaktadır. Genel olarak teknik yetenekleri olan birisinin idari olayları öğrenmesi daha kolay olmaktadır. İdari yetenekleri olanlarınsa, teknik bilgileri öğrenmesi daha güç olacaktır. Örneğin bir teknisyenin idari işleri öğrenmesi, bir idarecinin teknik olayları öğrenmesinden daha kolay olacaktır.

- Kişilerin iş kurma ve yürütme için gerekli teşvike sahip olmaları: Kişiyi teşvik eden birçok faktörden söz edilebilir. Örneğin, başkalarından bağımsız olma isteği kişileri kendi işlerini kurmaya yöneltir.
- İyi bir fikir: Bu konu üzerinde oldukça dikkatli olunması gereken bir konudur. Bir iş adamı için piyasaya yeni bir mal veya hizmet sunma fikri, ancak piyasada bu mal veya hizmete talebin var olduğu veya kolayca yaratılabildiği hallerde iyi bir fikir olarak kabul edilebilir.
- İyi bir fırsat: iyi bir fırsat, iyi bir fikirle çok yakından ilgilidir. İyi bir fikir olduğu halde iyi bir fırsat var olmayabilir. Üretilmesi tasarlanan mal veya hizmet için, girişimciye kar getirecek bir fiyat verebilen bir piyasanın var olması takdirde -ki buna ihtiyacın talebe dönüşmesi denebilir- iyi bir fırsatın ortaya çıkmasından söz edilebilir.
- Elverişli bir yer: İşin kurulduğu yer çok önemlidir. Ana caddede bulunan bir dükkan, ara sokaklardakinden daha iyi iş yapmaktadır. Ancak yer seçimi sadece mahalle veya semt seçmek değil, aynı zamanda da şehir seçmektir. Bu noktada işin kurulacağı şehrin, hammaddenin tedarik edileceği şehre yakın olması önem taşımaktadır. Ayrıca, işin kurulacağı bölgede gürültüyü önlemek için bir takım sınırlamalar getirilmiş olabilir veya çalışma saatleri kısıtlanmış olabilir ki, bu durumlar elverişli bir yer bulma konusunda önemli engeller oluşturmaktadır. Elverişli bir yer bulma konusunda üzerinde durulması gereken bir başka nokta ise girişimcinin rekabetin meydana geldiği ortamdan haberdar olmasıdır ve o işi kurup kurmamaya karar verirken rakiplerinin iş yerlerini de dikkate almasıdır.
- İşin kurulacağı bina: İşin kurulacağı yer kadar önemli olan bir başka faktör de işin kurulacağı binadır. Yeni bir binayı satın almanın avantajı, eğer belli standartlara uygun olarak dizayn edilmişse daha az tamir ve bakım masraflarının olmasıdır. Öte yandan bu tip binaları satın almak veya kiralamak, halen mevcut olan bir binayı satın almaya göre daha masraflı olmaktadır. Halen mevcut olan binalar daha ucuz olmasına rağmen hem tamir ve bakım masrafları daha yüksektir hem de bu tarz binalara kompleks makineler ve bilgisayar sistemleri yerleştirmek daha zor ve maliyetlidir. Dolayısıyla yeni ve eski bir bina almanın maliyeti, girişimci tarafından dikkatli bir biçimde değerlendirmeye alınmalıdır.
- Uygun zaman: Bazı ürünler bazı dönemlerde çok popüler olmaktadır. Erken davranıp piyasadaki aşırı talebi karşılayan firmaların -ki bunların çoğu küçük ve

esneklik sahibi firmalardır- çok iyi paralar kazandığı görülürken, bu işte geç kalan firmaların zarar ettikleri söylenebilir.

- İşin gerçekleştirilmesi için gerekli kaynakların sağlanması: Öncelikle gerekli nakit akımının sağlanması ve daha sonra da işletmede bulunan ve önemli bir üretim faktörü kaynağını temsil eden çalışanların görev ve sorumluluklarının belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Pek çok girişim söz konusu başarı faktörlerinin varlığını kontrol etmeden girişimsel faaliyetlere adım atmakta ve bu sebepten ötürü işletmelerini uzun süre ayakta tutamamaktadır. Girişimsel süreçte başarı elde etmek için söz konusu şartların öğrenilip yerine getirilmesi önemli olduğu kadar bu süreçte girişimciyi başarısızlığa sürükleyebilecek olumsuzlukların da önceden tespit edilerek önüne geçilmesi son derece mühimdir. Bu nedenle girişimlerin başarıları önünde engel teşkil edebilecek durumların öğrenilmesi, başarı sağlayan faktörlerin öğrenilmesi kadar gereklidir. Bu noktada başarısızlıkla sonuçlanmış girişimlerin bu duruma gelme nedenleri nedir sorusu ortaya çıkmaktadır. Başarısız olmaktan kaçınmak ve başarıya doğru sağlam adımlarla ilerlemek için bu sorunun cevabını vermek işletmeler için hayati önem taşımaktadır.

Günümüzde girişimlerin neden başarısız olduklarına dair sorulara yanıt vermeye çalışan pek çok araştırma yapılmaktadır. Bu araştırmalardan biri olan CB Insights şirketinin 2014 yılında ABD üzerinde gerçekleştirmiş olduğu çalışmada girişimcilerin başarısızlıklarına kaynaklık eden yirmi temel faktör ortaya konmuştur (Tablo 1.2). Bu sonuçlara göre pazar ihtiyacının yeterli seviyede olmaması girişimcilerin başarısızlıklarına kaynaklık eden en büyük faktör olarak görünmektedir.

Belirsizliklerin giderek arttığı günümüz dünyasında hızla değişkenlik gösteren pazar ihtiyaçlarının belirlenmesi oldukça zordur. Söz konusu değişimleri yakalama noktasında hız faktörü ön plana çıkarken, değişime adaptasyonda geç kalan işletmeler pazar dışı kalmakta ve dolayısıyla bu işletmeler için başarısızlık kaçınılmaz olmaktadır. Bu aşamada girişimler ancak değişimlere hızlı bir biçimde uyum sağlayabilecek ve pazar ihtiyaçları doğrultusunda şekillenebilecek esnek bir yapı sayesinde başarı yakalayabilecektir. Pazar ihtiyaçlarının doğru bir biçimde önceden tespit edilmesi ve fırsatların doğru zamanlama ile hızlı bir biçimde değerlendirilmesi bu anlamda işletmeler için son derece mühimdir.

Tablo 1.2: Girişimlerin Başarısız Olmasının Yirmi Nedeni

	Neden	Başarısızlığa Katkısı (%)
1	<i>Pazarın ihtiyaç duymaması</i>	42
2	<i>Nakit sıkıntısı</i>	29
3	<i>Doğru takımı kuramaması</i>	23
4	<i>Rekabetin dışında kalması</i>	19
5	<i>Fiyat/maliyet sorunları</i>	18
6	<i>Ürünün yetersiz olması</i>	17
7	<i>Yeterli iş modelinin olmaması</i>	17
8	<i>Pazarlamasının güçlü olmaması</i>	14
9	<i>Müşteriyi önemsememesi</i>	14
10	<i>Doğru zamanda ürünü ortaya koyamaması</i>	13
11	<i>Odağını kaybetmesi</i>	13
12	<i>Ekipte uyumsuzluk</i>	13
13	<i>Fikrin işe yaramaması</i>	10
14	<i>Tükenmişlik</i>	9
15	<i>Yeterli tutkuya sahip olmaması</i>	9
16	<i>Yatırımcının ilgisini çekmemesi</i>	8
17	<i>Yasal zorluklar</i>	8
18	<i>Gerekli networke sahip olmaması</i>	8
19	<i>Yanlış lokasyonda olması</i>	8
20	<i>Fikrin başarısız olması</i>	7

Kaynak: <https://www.cbinsights.com/>, 2022.

Bu faktörlerin yanı sıra plansız hareket etmek de girişimcileri başarıdan uzaklaştıran önemli bir faktördür. Bu süreçte acelece ve üzerinde iyi düşünülmeden alınacak her karar veya yapılacak her hamle, girişim için büyük problemler yaratacak durumların oluşma riskini yükseltmektedir. Bu gibi durumların yaşanmaması adına girişimci, sabırlı bir şekilde her an planlı hareket etmeli ve üzerinde yeterince düşünülmemiş, risk ve getiri yönünden karşılaştırılarak değerlendirmelerde bulunulmamış hiçbir hareketi gerçekleştirmemelidir.

Başarısızlık yaratan bir diğer durum olan motivasyon kaybı ise ilk kez kendi işini kuran girişimcilerden ziyade uzun bir süredir kendi işini sürdüren bu anlamda bir tükenmişlik içine giren girişimcilerin yaşama olasılığı daha yüksek bir sorun olmaktadır. Girişimcilik motivasyonu, iş kurmak isteyenlerin sahip olması gereken en önemli güçtür ve finansman dahil tüm diğer etkenler, güçlü bir motivasyondan daha anlamlı değildir (Arıkan, 2002, s. 73). Girişimcilik süreç olarak çeşitli zorlukların var olduğu kimi zaman girişimcilerin bu zorluklar karşısında yıprandığı ve hevesinin kaçtığı yoğun bir süreç olabilmektedir. Girişimciler bu noktada motivasyonlarını yitirmekte ve pes etme seviyesine gelmektedir. Bu durum da girişimi başarısızlığa doğru sürükleyen bir diğer neden olmaktadır.

Girişimlerde başarısızlığa neden olan bir diğer durum ise girişimcinin yaptığı işlere dışarıdan müdahale edilmesine fazlasıyla izin vermesinden kaynaklanmaktadır. Girişimcinin aile, arkadaş gibi çevresinde bulunan kişiler tarafından sürekli olarak eylemlerine karışılması, girişimcide kafa karışıklığı yaratmakta ve faaliyetlerin, girişimci tarafından planlanan şekilde gerçekleştirilmesine engel olmaktadır. Girişimci, işinde başarılı olmak için çevresinin tavsiyelerini dinlemekten öteye geçmemeli, işine müdahale edilmesine izin vermemelidir.

Söz konusu durumun tam tersi olarak girişimcinin her şeyi tek başına halletmeye çalışması ve girişime dair hayati kararlara kimseye danışmadan kendi kendine karar vermesi kimi zaman büyük sorunlara yol açmaktadır. Özellikle girişimcilik alanında yeni ve tecrübesiz kişilerin tek karar mekanizmasının kendileri olduğu ve tecrübe sahibi insanlara danışmadan hareket ettiği girişimlerde başarısızlığa uğrama riski oldukça fazladır. Girişimci kendisinden daha çok tecrübe sahibi insanlara danışmaktan çekinmemeli, onların deneyimlerinden ve bilgi birikimlerinden faydalanmalıdır. Kendi bilgi ve becerisinin yeterli gelmediği durumlarda ise yardım istemeli veya ihtiyaçları doğrultusunda işletmesindeki çalışan sayısını arttırmalıdır. Bu noktada yine işe alınacak çalışanların seçimi de başarıyı etkileyen bir diğer önemli değişken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bir girişimi başarıya taşıyan önemli unsurlardan biri şüphesiz girişimsel faaliyetleri sürdüren çalışma kadrosunun yetenek ve becerileridir. Bu kadroda bulunan insanların yetenek ve beceri düzeyleri ne derece yüksek olursa başarıya ulaşılması da o denli mümkün olmaktadır. Bu anlamda işinde profesyonel insanlarla çalışmak, başarının önemli bir anahtarı konumundadır. Aynı zamanda girişimcinin kendisi ile benzer yaşam görüşlerine ve vizyona sahip insanlarla çalışması, gerçekleştirmek istediği faaliyetlerin istediği biçimde hayata geçmesini sağlayacak bir faktör olup işleri daha kolay hale getirecektir.

Birlikte çalışılan insanların bu kriterlere uygunluğu ne derece yüksek olursa başarıya doğru atılan adımlar da bir o kadar kuvvetli olacaktır. Aksi takdirde tecrübesiz ve farklı görüşlerde insanlarla çalışmak işleri aksatacak, kimi zaman başarıya ulaşılmasını geciktirirken kimi zaman başarıdan tamamen uzaklaştıracaktır. Dolayısıyla girişimci, çalışma arkadaşlarını en iyi şekilde seçmeli ve başarısızlığa uğratacak yanlış seçimlerde bulunmamaya dikkat etmelidir.

1.2. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ VE AŞAMALARI

Çok yönlü ve kendi içerisinde bir çok dinamiğe sahip olan girişimcilik, girişimcinin bir iş fikrine sahip olmasından başlayıp girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine kadar belirli bir takım aşamaların tamamlanması ile oluşan kapsamlı bir süreci ifade etmektedir. Girişimin başarıya ulaşma olasılığını belirlemek, getiri ve kar potansiyelini yükseltmek için söz konusu aşamaların doğru şekilde planlanması ve bir plan çerçevesinde hareket edilerek ilgili adımların atılması gerekmektedir.

Bu aşamalar detaylı bir şekilde ele alındığında sürecin beş temel aşamadan oluştuğunu söylemek mümkündür. Bu aşamalar: (1) fırsatların tanımlanması (belirlenmesi) ve değerlendirilmesi, (2) iş fikrine ait bir faaliyet planının geliştirilmesi, (3) gerekli olan kaynakların belirlenmesi, (4) geliştirilen iş fikrinin veya girişimin uygulanması ve yönetilmesi, (5) iş fikrinin veya girişimin sonuçlarının alınması (Ağca, 2005, s. 159) şeklinde belirtilmektedir.

Bu aşamaların girişimci tarafından dikkat ve özveri ile tamamlanıp sürdürülmesi, girişimlerin başarılı bir şekilde faaliyet gösterme şansını arttırmaktadır. Dolayısıyla girişimciler için faydalı olacağı düşüncesinden hareketle sürece yönelik söz konusu adımların ayrıntılı şekilde açıklanması bu noktada gerekli görülmektedir.

1.2.1. Fırsatların Tanımlanması ve Değerlendirilmesi

Fırsatların tanımlanması ve değerlendirilmesi, girişimci adayı için gelecek faaliyetlerini yönlendirecek olan en kritik aşama olmaktadır. Yenilikçilik, öngörülülük, liderlik, risk alma, atılgan olma gibi girişimci kişiliğe ait özellikler, bu noktada girişimciyi iş fikrine ait bir fırsatı yakalama ve hayata geçirme konusunda çok daha avantajlı bir konuma ulaştırmaktadır.

Girişimciliğin ilk basamağı olarak değerlendirilen bu aşamada “girişimci adayı fırsatları sezerek yenilik içeren bir iş fikri veya mevcut bir iş fikrinin potansiyelini değerlendirerek gerekli araştırmaları yapan ve gerekli finansal kaynaklara nasıl ulaşılacağını araştıran halı hazırda işini kurmamış kurma sürecinde olan kimse (Tan ve Pazarcık, 1984; Ufuk ve Özgen, 2000 Akt. Gözek ve Akbay, 2012, s. 46)” konumundadır. Girişimi yönlendirecek bir yeniliğin fırsat olarak görülebilmesi için girişimcinin olanakları görmeye ve yakalamaya karşı sürekli hazır durumda bulunması gerekir (Berber, 2000, s. 25). Dolayısıyla girişimci kişiliğin gerektirdiği öngörülülük, güçlü

gözlem yeteneği, tehlikeleri farkedebilme ve doğru değerlendirmeler sonucu riskli kararlar alma cesareti gösterme gibi özellikler bu aşamadaki bir girişimci adayının doğru hamlelerde bulunmasına ve sürecin başarılı bir şekilde ilerleme kaydetmesinde önemli rol oynamaktadır.

Çok iyi iş fırsatları aniden ortaya çıkmazlar; bilakis girişimcinin muhtemel durumlara yönelik teyakkuz halinde olması veya potansiyel fırsatları teşhis etmek için kurulan mekanizmaları kullanması sonucunda görülebirlirler (Ağca, 2005, s. 161). Bu noktada girişimci adaylarının daha sonra hayal kırıklığına uğramamaları için sakınmaları gereken bazı durumlar söz konusudur. İyice araştırılmadan uygulamaya konulacak herhangi bir iş fikrinin zaman, para ve fikir israfına yol açacağı kaçınılmaz bir gerçektir (Güreşçi, 2014, s. 24).

Gerek teknolojik, gerek ekonomik, gerek yönetsel gerekse pazar alanında değişim hızının en üst seviyelere ulaştığı günümüz dünyası, bu haliyle bir yandan girişimcilere zengin fırsatlar sunsa da ilerleyen zamanlarda bu değişimlerin yaratacağı riskler de girişimci tarafından incelikle hesaplanmalıdır. Bu aşamada girişimci, sahip olduğu iş fikrini hayata geçirmeden önce bazı kriterleri dikkate alarak araştırmalar yapmalıdır. Fırsatların analizi veya daha genel bir ifadeyle fırsat değerlendirme planı herhangi bir iş planı olmamakta; bunun iş planı ile karşılaştırıldığında daha kısa ve bütün bir teşebbüs yerine sadece fırsata odaklandığı görülmektedir (Ağca, 2005, s. 162). İş fikirleri ile ilgili olarak araştırılması gereken kriterler ise şu şekildedir (Gözek, 2006, s. 8):

- İş fikrinin finansmanı,
- İş fikri ile ilgili olarak gerekli yetki belgelerinin alınmasına engel bulunmaması,
- İş fikri ile ilgili pazarın durumu
- Hedef kitlesine ulaştırabileceği dağıtım kanallarına sahip mi?
- Rakipleri kimlerdir?
- Hammadde, makine, ekipman, gerekli nitelikli elemana ulaşabilecek mi?
- Kuruluş yeri iş fikrine uygun mu?

Kendi başına olası fırsatları teşhis ederek değerlendirme yetisine sahip olmayan girişimci adayları, bu noktada pek çok kaynaktan yardım alma imkanına sahiptir. Bu kaynaklar başta müşteriler olmak üzere, ticari birlikler ve topluluklar, dağıtım kanalı üyeleri ve teknik kapasiteli insanlardır (Ağca, 2005, s. 161). Girişimcilerin, söz konusu

kaynaklara yönelik kapsam halkası ne denli çeşitlilik ve yoğunluk gösterirse bu aşamada kaydedeceği ilerleme de buna bağlı olarak artış gösterecektir.

Her koşulda girişimci, fırsat analizlerini en iyi şekilde gerçekleştirmeli, elde edeceği gelirin, yapacağı harcamalara ve faaliyetlere değer olup olmadığının kararını verebilmelidir. Dolayısıyla bu aşama girişimcinin, iş fırsatını değerlendirip değerlendirmeme noktasında atacağı adımları temsil etmektedir. Girişimci bu noktada araştırmalarını mümkün olduğunca geniş bir çerçevede ele almalı ve yeterli donanımına sahip olduktan sonra ikinci aşamaya geçmelidir.

1.2.2. Faaliyet (İş) Planının Geliştirilmesi

Sürecin en zor kısmı olarak tanımlanan ikinci aşamada girişimci, değerlendirmek istediği fırsattan nasıl yararlanabileceğine dair bir faaliyet planı geliştirmektedir. Girişimci oluşturduğu faaliyet planı ile girişiminin içeriğini, özelliklerini, amaçlarını, yönetim ve organizasyon bilgilerini yazılı hale getirerek kendine süreci yönlendirmesini sağlayacak bir yol haritası tayin etmektedir. Girişimcinin faaliyet planı oluştururken dikkat etmesi gereken önemli noktalar vardır. Planın sağlıklı bir biçimde oluşturulması ve uygulanması açısından girişimci bu noktalarda kapsamlı araştırmalar yapmalı, gözlem yeteneklerini kullanarak doğru değerlendirmelerde bulunmalıdır.

İyi bir faaliyet planı yalnızca fırsatın geliştirilmesi yönünden önemli değil gerekli olan kaynakların belirlenmesi, bu kaynakların sağlanması ve sonuçta yaratılan girişimin başarı ile yönetimi yönünden de elzem niteliktedir (Gürol, 2000: 37). Girişimci planlamasını oluştururken özellikle şu noktalara dikkat etmelidir (Güven vd., 2015: 54);

1. Girişimci, iş planının ne olduğunu, biçimini, içeriğini ve niçin bu kadar kullanışlı olduğunu mükemmel şekilde bilmelidir.
2. İş planı üzerinde tam bir hâkimiyet kurmak için mutlaka girişimcinin kendisi yazmalıdır.
3. Plan kısa olmalı, kelimeler tutarlı olmalı ve farklı bölümlerde de olsa tekrarlardan kaçınılmalıdır.
4. Planı yazmadan önce her bölümünde ortaya koymak istenilen anahtar noktalar belirlenmelidir.
5. Plan düzgün bir şekilde organize edilmelidir.
6. Abartmalardan ve fazla sayıda örneklemelerden kaçınılmalıdır.

7. Planın yazımında genel olarak üçüncü şahıs kipi kullanılmalıdır.
8. Faaliyete başlamak için gereken tüm temel idari süreç bilinmelidir.
9. Firma, piyasa, rakipler, müşteriler ve çevre hakkındaki bilgi mümkün olduğu kadar kapsamlı olmalıdır.

Günümüzde kurulması planlanan girişime dair bir iş planı oluşturmak, KOSGEB tarafından destek almak isteyen girişimci adaylarına zorunluluk haline getirilmiştir. Yeni girişimci adayları tarafından kurmak istedikleri iş ile ilgili olarak KOSGEB tarafından hazırlanan standart bir dosya olarak ayrıca mevcut işletmeler tarafından da yine altyapısı KOSGEB tarafından standart hale getirilen Stratejik Yol Haritası adı altında 3 yıllık hedeflerini ve stratejilerini içeren iş planları hazırlanmaktadır (Beybur, 2009, s. 24).

İş planı, (Gözek, 2006, s. 9)

- Girişimcinin özelliklerini ve hedeflerini,
- Kurulacak işin temel niteliklerini, yasal yapısını, ortaklarını
- Hedeflediği piyasanın özelliklerini,
- Müşteri kitlesine ulaşmak için uygulayacağı satış ve pazarlama çalışmalarını,
- Ürün ya da hizmetlerini üretmek için uygulayacağı süreçleri,
- Kuracağı işletmenin teknik sistemlerini,
- İşletmeyi yürütmek için gerekli idari süreçleri ve örgütlenmeyi,
- İşletmenin tahmini üretim ve satış planlarını,
- İşletmenin finansal hareketlerini
- İşletmenin finansal karlılığını göstermektedir.

Bu noktada girişimci, atacağı tüm adımları düzenli bir şekilde planlamalı, faaliyetlerini bu planlar çerçevesinde kontrollü bir şekilde gerçekleştirmelidir. Girişimcinin kaynaklarını etkin bir şekilde optimum seviyede kullanabilmesi, finansal açıdan zarara uğramaması, zaman kaybı yaşamaması, iş yönetimini başarılı bir şekilde sürdürmesi için planlamasını dikkatli bir şekilde oluşturmalı, hazırlıklarını eksiksiz bir biçimde tamamlamalıdır. Bu süreçte alınabilecek olası yanlış kararların girişimin geleceğini olumsuz yönde etkileyeceği bir gerçektir ve bu anlamda planlamanın doğru yapılması büyük önem arz etmektedir.

1.2.3. Gerekli Kaynakların Belirlenmesi

Bu aşamanın tamamlanması ile kaynakların belirlenmesi aşaması başlamaktadır. Sürecin bu aşamasında girişimci yapmış olduğu planlama doğrultusunda ihtiyacı olan kaynakları belirlemektedir. Bu aşamada esas önemli olan kaynakların mevcut çokluğundan ziyade bu kaynakların ne denli etkin ve verimli şekilde kullanılabileceğidir. Girişimin kurulması aşamasından düzenli faaliyete geçilmesine kadar sürecin tamamında finansal yönden yaşanacak problemlerin önüne geçmek adına bu noktada doğru değerlendirmeler yapılması gerekmektedir.

Bu anlamda kaynakların doğru şekilde belirlenme ihtiyacı ön plana çıkmaktadır. Gerekli kaynakların çeşit ve miktarının gerçek gereksiniminin altında belirlenmesi, yetersiz ve gerçekçi şekilde belirlenmemiş kaynakların neden olabileceği birtakım risklerle karşılaşılması sonucunu doğuracaktır (Gürol, 2000, s. 38). Kaynakların yeterli düzeyde ve zamanında temin edilebilir olması, sürecin sağlıklı şekilde ilerleyebilmesi açısından önem taşımaktadır.

Finansal yönden zayıf girişimlerde kaynakların yeterli şekilde temin edilememesi halinde devreye yeni ortakların girmesi durumu söz konusu olabilmektedir. Kaynaklara erişim noktasında yaşanan problemler, faaliyetlerin devam etmesi adına ortaklıkların kurulmasına gereksinim yaratmaktadır. Fakat girişimci bu noktada tüm alternatifleri kullandıktan sonra girişim mülkiyetindeki payından fedakârlık etmeyi düşünebilmelidir (Kök, 2007 Akt. Güner, 2013, s. 29).

Bu durum her ne kadar girişimin söz konusu şartlar altında sürdürülmesi açısından bir gereklilik olsa da girişimcinin sahip olduğu girişim mülkiyetinden belirli bir oranda kayıp yaşamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla girişimci, bu tarz durumlarla karşı karşıya kalmamak için girişim faaliyetlerini sahip olduğu kaynaklara göre planlamalı ve bu kaynakları en iyi şekilde değerlendirebilmelidir.

1.2.4. Mevcut Girişimin Yönetimi

Hiçbir girişimci işletmesinin başarısız olmasını istememekte ve bu düşünceyle girişimcilik faaliyetlerine başlamamaktadır. Girişimciler, hayal kırıklığına uğramamak ve girişimlerinden üst düzeyde verim alarak hedeflerini gerçekleştirmek adına yönetsel planlamalarını en iyi şekilde oluşturmalıdır. Aksi takdirde girişimler varlıklarını kaybetme tehlikesi ile karşılaşabilmektedir. İşletmenin varlığını sorunsuz şekilde

sürdürebilmesi için girişimin kurulması aşamasında gerçekleşen nakit çıkışını geri kazandıracak ve girişimin gelişimi için gerekli olan finansmanı kendi içinde sağlayacak şekilde hızlı bir ilerleme kaydedilmelidir.

Mevcut girişimin başarılı şekilde faaliyet gösterebilmesi ve kendi kendini finansman edebilecek yeterliliğe ulaşp büyümenin kaydedilmesi için şüphesiz düzgünce oluşturulmuş bir yönetim planlamasına ihtiyaç vardır. Yönetimin planlanması, herhangi bir problemle karşılaşılması halinde başvurulacak bir kılavuz niteliği taşımaktadır. Bu amaçla bir yönetim stil ve yapısı oluşturulmalı ve başarı için gerekli temel değişkenler belirlenmelidir (Gürol, 2000, s. 38).

Artık bu noktada girişimci, bir araya getirmiş olduğu kaynakları oluşturduğu iş planı çerçevesinde kullanmaya başlamaktadır ve dolayısı ile girişimcinin yönetsel özellikleri bu aşamada ağırlığını koymakta, organizasyon için karar verme sürecinden kontrol sürecine kadar yönetimin tüm fonksiyonları bu noktada devreye girmektedir. (Berber, 2000, s. 26). İşletmesini yönetme noktasına gelen girişimci, “uygun gördüğü yönetim tarzı ile organizasyonunu yönetecek, yapıyı kuracak, mevcut sorunları düşünecek, olası sorunlara karşı baştan önlem alacak, başarı faktörlerini belirleyerek belli bir kontrol mekanizmasını organizasyonuna uyarlayacaktır” (a.g.e., s. 26)

Bunun için girişimci, girişiminin ilerleme hızını yükseltmek adına finansal kaynaklarını verimli şekilde değerlendirebilme, doğru stratejiler ile doğru zamanda doğru hamleler yapabilme yeterliliğinde olabilmelidir. Girişimcinin bu noktada yenilikçi bir duruşla değişimleri analiz etmesi ve işletmesini bu değişimlere uyumlu şekilde yeniden konumlandırabilmesi, müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler, taşımacılar ile iletişimini kuvvetlendirmesi, sosyal iletişim ağlarını mümkün olduğunca genişletmesi ve işletmesi için gerekli yatırımları yapabilmesi oldukça önemlidir.

1.2.5. Girişimin Sonuçlarının Alınması

Bu noktada girişim faaliyet halindedir ve girişimci, kurmuş olduğu işletmenin beklentilerini karşılayıp karşılamadığını göreceği bir süreçtedir. Kurulan girişim gelmiş olduğu noktada başarılı bir grafik kaydedip girişimciyi elde ettiklerinden memnun bıraksa da dikkat edilmesi gereken önemli noktalar varlığını sürdürmektedir. Her aşaması birbiri ile bağlantılı ve birbirini etkileyen bu bütünsel süreç içerisinde girişimci yönetimde olduğu süre boyunca dikkatini korumaya ve kontrollü davranışlarını sürdürmeye devam etmelidir.

Bu aşamadan itibaren işletmenin istikrarlı bir şekilde yükselmesi ve gelişmesi için hızla değişen pazar koşulları içerisinde “değişime uyum göstermesi, rekabet edebilir olması ve o günün koşullarına ayak uydurması” (Aydınlık, 2016, s. 46) gereklidir. Söz konusu gerekliliklerin yerine getirilmemesi ise girişimleri hayati yönden tehlikeye sokmaktadır. Öyle ki “İşletme, yenilik yapma başarısı gösteremediği takdirde gerileme dönemine geçecek ve rakipleri arasında yok olacaktır. Girişimcinin yönetime profesyonel yaklaşımı, elde ettiği fırsatları yeniliğe dönüştürmeye yönelik çabalarının ve kullandığı kaynakların boşa gitmemesi açısından önem taşımaktadır” (Berber, 2000, s. 28).

Girişimcilik sürecinde birbirini izleyen ve birbiriyle bağlantılı tüm bu aşamaların sorunsuz bir şekilde gerçekleşmesi için her şeyden önce girişimci adayının yüksek bir motivasyona sahip olması gerekmektedir. Motivasyon, girişimcilik sürecine ait söz konusu aşamaların her birinde karşılaşılabilecek olası problemler karşısında girişimcilere güç vermekte ve dayanıklılıklarını arttırmaktadır. Girişimcilikte başarı elde etmeye yönelik duyulan yüksek motivasyon sayesinde işletmenin kurulması ve sürdürülmesi aşamasında ortaya çıkan olumsuzlukların yarattığı etki çok daha zayıf, baş edilmesi ise çok daha kolay olmaktadır.

Dolayısıyla girişimci, girişimini bir adım ileri taşıyacak her türlü eylem için kendisini geliştirmeye, fırsatları yakalamaya, yenilikler yaratmaya ve değişen koşullara uyum sağlamaya yönelik istek ve motivasyonunu her zaman yüksek tutmalıdır. Zira süreç içerisinde karşılaşılabilecek olası engellerin ve olumsuzlukların üstesinden gelinebilmesi, girişimcinin hayallerini gerçekleştirmeye yönelik duyduğu yüksek motivasyon ile mümkün olacaktır.

1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Girişimcilik gerek bireysel gerek toplumsal boyutta oldukça büyük etki ve değişimler yaratan çok boyutlu bir süreci ifade etmektedir. Özellikle hızla değişen ve dönüşen günümüz dünyasında girişimsel faaliyetler, bilim ve teknolojinin gelişimine paralel olarak toplumdaki önemlerini giderek arttırmaktadır. Bu önemi güçlendiren en önemli unsur ise bilgi toplumuna geçiş ile birlikte kol gücüne dayalı emek karşısında fikirlerin ve düşüncelerin daha kıymetli hale gelmesidir.

Fransız iktisatçı J.B. Say’dan itibaren girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak ön plana çıkmıştır (Altınışık ve Külen, 2020, s. 278). Schumpter tarafından literatüre kazandırılan dinamik girişimcilik modelinde ise girişimcinin “yeni tedarik

kaynakları, yeni satış piyasaları, yeni ürünler, yeni süreçler ve yeni organizasyon şekillerini uygulayarak eskiyi yeni ile ikame eden, kısaca sürekli bir yenilik (inovasyon) süreci içinde eskiyi terk edip daha etkin yeni yolları ve yöntemleri devreye sokarak yıkıcı yaratıcılık yaşayan kişiler” (Müftüoğlu ve Durukan, 2004 Akt. Altınışik ve Külen, 2020, s. 278) olarak tanımlanmasıyla girişimcilerin ekonomik kalkınma ve büyüme noktasındaki önemi daha açık bir biçimde ortaya konmuştur.

Girişimcilik faaliyetlerinin söz konusu etki alanı ve bu alanlarda meydana getirdiği olumlu dönüşümler, birey özeline indirgendiğinde de önemini sürdürmeye devam etmektedir. Öyle ki içerisinde faaliyet gösteren bireylerin sürekli olarak kendilerini geliştirmesini ve donanımlarını arttırmasını talep eden girişimcilik, bu anlamda bireysel anlamda da bir çok avantajlı durumu beraberinde getirmektedir.

1.3.1. Bireysel Faydalar ve Kişisel Gelişim Açısından Önemi

Girişimciliğin önemini mikro boyuttan makro boyuta doğru ele alacak olduğumuzda ilk olarak girişimciliğin kişisel düzeyde yarattığı faydalardan ve dolayısıyla bireysel açıdan taşıdığı önemden bahsetmemiz gerekmektedir. Girişimciliğin faydalarını açıklamaya yönelik ortaya konan bir çalışmada (Eleren ve Saydkova, 2016) girişimcilik faaliyetlerinin kişilerin duygu durumları üzerinde değişimler yarattığı ve onların ruh hallerini etkilediğine dair bulgular ön plana çıkmaktadır.

Bu anlamda girişimcilik eğilimi ile mutluluk algısı arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada “mutluluk ile girişimciliğin yenilikçilik, insanlarla ilişki, bağımsızlık ihtiyacı ve yaratıcılık boyutları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki” (a.g.e., s. 203) olduğu ortaya konmaktadır. Mutluluk algısının, girişimcilik eğilimi ile birlikte değer yaratma, kendini kabul ettirme, çevreyi yönlendirebilme, bağımsız olma gibi hedefler üzerinden ele alındığı bu çalışmada, bahsi geçen değişkenler girişimsel süreçlerin bireysel yönden kişide yarattığı pozitif etkinin sonucu şeklinde okunmaktadır. Girişimciliğin bireyde yarattığı bağımsız olma duygusu, kontrolü elinde bulundurma gücü, başarıma duygusu gibi tüm bu pozitiflikler girişimciliğin bireysel artıları olarak kabul edilmektedir.

Girişimcilik, girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen addır (Güner ve Korkmaz, 2011, s. 45). Bu yönden girişimcilik süreci, aynı zamanda kişisel gelişimin sağlanması yönünden önemli bir araç konumundadır. Her ne kadar girişimcilikte başarıyı getiren bir takım özelliklerin

girişimci kimliğe sahip kişilerde doğuştan hazır bulunması öngörülse de girişimcilerin bir çok beceri ve davranışı (Tablo 1.3) bu süreçte öğrenmeleri ve geliştirmeleri de söz konusudur.

Tablo 1.3: Girişimciliğin Sağladığı Bireysel Kazanımlar

Yaratıcı düşünebilmek	Araştırmak, iş kurmak, müşterilere nasıl ulaşılacağını tasarlamak gibi girişimciliğe has genel adımlar düşünceden beslenir. Bu konular üzerine çok fazla düşünmek ise kişinin yaratıcı düşünme kabiliyetini geliştirir.
Kendi kurallarını koyabilmek	Kendi kurallarını koyabilmek ve hayata geçirebilmek kişi için önemli bir beceridir. Burada önemli olan nokta ise bu kuralları disiplinli bir şekilde devam ettirebilmektir.
Yönetim becerisi	Yöneten olmak, bir takım sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. Girişimcinin yönetim sorumluluğunu üstlenmesi, yönetim becerisinin de gelişmesi demektir.
Network genişletme	Girişimcinin, süreç boyunca network ağı zamanla genişler ve etki alanı da bu doğrultuda büyüme gösterir. Bir girişimcinin network ağının genişlemesi demek daha çok insan ve daha çok satış demektir.
Sosyal statü	Girişimsel faaliyetler, sosyal statünün önemli bir belirleyicisi konumundadır. Başarılı girişimciler, toplumda iyi bir sosyal statüye ulaşabilmektedir zira İş kurarak onu başarılı bir şekilde ilerleten ve büyüten kişiler toplum tarafından her zaman takdir toplamaktadır.
Azimli ve kararlı olmak	Ana amacı başarıya ulaşmak olan girişimcilik ise azimli ve kararlı olmayı en iyi biçimde öğreten meslek dallarında birisi olmaktadır.

Kaynak: <https://isimizgirisim.com/>, 2022.

Girişimci düşüncenin temellerinden biri olan değişim, kişisel becerilerin artmasında büyük bir rol oynar çünkü değişim, her zaman için yenilik ve ilerlemenin bir aradalığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla girişimci sabır ve cesaret isteyen bu zorlu süreç boyunca değişimlere paralel şekilde yaratıcılığını kullanıp yeni şeyler öğrenerek kişisel gelişiminde ilerleme kaydetmektedir. Girişimci elde ettiği becerilerini girişimsel faaliyetlerinde kullandıkça potansiyeli artmaya devam edecektir.

Bilgiye dayalı üretimin ön plana çıktığı günümüz dünyasında girişimlerin önemi yenilik, yaratıcılık, değişim gibi parametreler ekseninde daha çok değer kazanmaktadır. Küreselleşen dünyanın yarattığı yeni pazar alanlarının ihtiyaç duyduğu üretim ve hizmet, girişimsel faaliyetler ile karşılanmakta ve bu durum girişimciliği, pazarın yarattığı sonuç gelmeyen ve hızla değişim gösteren bu ihtiyaçların karşılanması adına önemli bir konuma taşımaktadır.

1.3.2. Toplumsal Yapı ve Ülke Ekonomisi Açısından Önemi

Girişimciliğin öneminin makro boyutlarını ifade eden gelişmelerin, toplumun sosyal yapısı ve ülke ekonomisi açısından birçok yansıması bulunmaktadır. Özellikle ülkelerin gelişim ve ilerleme kaydetmelerinde girişimcilik faaliyetleri büyük rol

oynamaktadır. Bu anlamda girişimciliğin sunduğu mevcut faydalar karşısında giderek artan önemini dikkate alan ülkeler, bu alandaki teşebbüsleri arttırmaya ve geliştirmeye yönelik çeşitli gayretler içerisine girmektedir.

Çöğür (2016), “istihdam ve işsizlikle mücadelede girişimcilik en önemli çözüm yolu, ekonomik kalkınma ve büyümenin itici gücü, yenilik ve yaratıcılığın kaynağı olarak girişimciliğin önemine vurgu yaparken ülkelerdeki ekonomik büyüme ve refahı artırmanın en önemli yolu olarak da rekabete dayalı özel girişimciliğin artırılmasına işaret etmiştir çünkü günümüzde ekonomik büyüme ve kalkınma; ürün, bilgi, teknoloji ve hizmet alanında üretim kapasitesinin artırılmasına bağlıdır ve bu da ekonomik yapıda büyük ölçüde girişimcilikle sağlanabilmektedir. (Çöğür, 2016, s. 65)

Durukan (2006) ise benzer şekilde bir ülkenin kalkınması ve gelişmesinin; hızla değişen koşullara uyum sağlayabilme yetisine sahip, ekonomik büyümeye katkı sağlayabilecek girişimciler yetiştirebilmesine bağlı olduğunu ve girişimcilerin değerinin, kazandıkları büyük miktarlardaki paralarla değil aksine oluşturdukları ekonomik değerlerle ölçülmekte olduğunu belirtmiştir (Durukan, 2006, s. 29). Öyle ki geri kalmış toplumlara bakıldığında girişimcilik faaliyetlerinin yeterli sayıda olmadığı veya bu faaliyetlerin ve girişimci yeteneklerine sahip kişilerin girişimciliğe teşvik edilme noktasında yeterince desteklenmediği görülmektedir.

Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve Amerika’da yapılan araştırmada girişimcilik düzeyi ve yıllık ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiş; özellikle Amerika’da girişimciliğin bu denli önemli olmasının üç nedeni şu şekilde açıklanmıştır (Arıkan, 2004, s. 40):

1. Yenilik: Yenilik, girişimsel sürecin temel bir unsurudur ve değişim ile yakından ilgilidir. Yenilikler, teknolojik değişikliklere ve istihdamın artmasına yol açar.
2. Yeni işletmelerin kurulması: yeni işletmelerin kurulması gerek bireysel gerekse toplumsal açıdan büyük yararlar sağlar. Yeni kurulan işletmeler başarılı oldukları takdirde hem “yenilik” çabaları artacak hem de karlılık ve büyüme amaçlarına ulaşılmış olacaktır.
3. İstihdam yaratma: yeni iş alanlarının yaratılması toplumların, bölgelerin ve ulusların ekonomik refahına önemli katkılar verecektir.

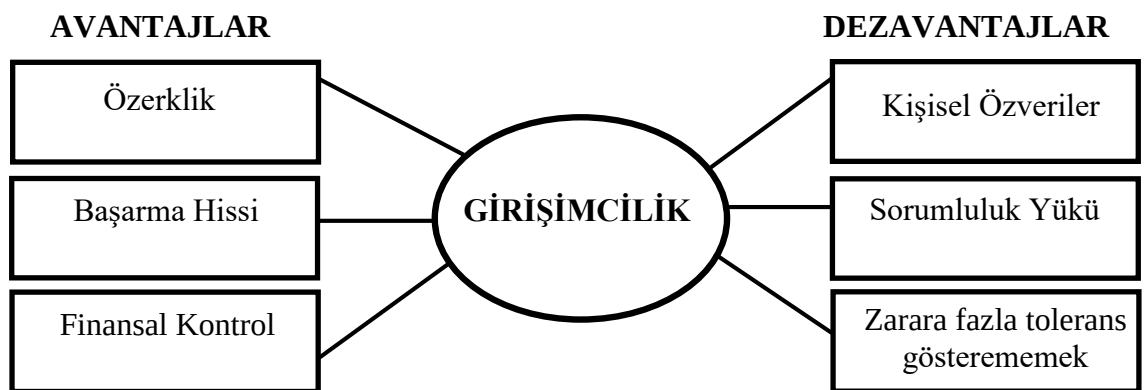
Belirli bir bölgede kurulan girişim, aynı zamanda o bölgede kurulacak yeni girişimlere de kaynaklık etmekte ve böylece bölgedeki sanayileşme ağı da genişleme göstermektedir. Lojistik yönden avantaj elde etmek için birbiri ile yakın bölgelerde konumlanan girişimler, milli gelirde artış yaratıp ekonomik kalkınmaya katkı sağlarken, yarattığı istihdam ile işsizlik oranlarında iyileşmeler meydana getirmektedir. İşsizlikle mücadele ve istihdam yaratmada önemli bir silah olarak değerlendirilen girişimcilik, bu anlamda ekonomik büyüme ve toplumsal refahı arttırmada ülkeler için önemli bir araç halini almaktadır.

1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

Girişimcilik her ne kadar gerek bireysel gerek toplumsal gerekse de ekonomik anlamda büyük yararlar sağlayan bir faaliyet alanı olsa da avantajları olduğu kadar dezavantajlı durumları da içerisinde barındıran çok yönlü bir süreçtir. Bu anlamda girişimcilerin faaliyetlerine başlamadan önce söz konusu avantajlı ve dezavantajlı durumlar hakkında bilgi sahibi olup karar alma süreçlerinde daha sağlıklı değerlendirmelerde bulunmaları açısından konunun açıklanması önemli olmaktadır.

Lambing ve Kuehl (1997), girişimcilik sürecinin avantajları ve dezavantajlarını altı temel başlık üzerinden açıklamaktadır (Şekil 1.1). Buna göre girişimcilik, bireylerin temel duygu ihtiyaçlarını karşılama yönünden birer avantaj olarak ön plana çıkarken, bu süreçte söz konusu ihtiyaçların karşılanması sonucu ortaya çıkan olumsuz duygu durumları ve artan sorumluluklar birer dezavantaj olarak ele alınmaktadır.

Şekil 1.1: Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları



Kaynak: Arıkan, 2002, s. 47.

Girişimciliğin kişide yarattığı tatmin edici duygular, çoğu zaman girişimciliğe yönelimin temel amacı olsa da süreç içerisinde bunları elde etmek kolay olmamaktadır. Girişimcilik her şeyden önce başlangıç ve bitiş noktası bulunmayan belirsizliklerle dolu uzun ve zorlayıcı bir yolculuğu ifade etmektedir. Girişimci bu yolculukta hayal kırıklığına uğramamak adına fikirlerini hayata geçirmekten önce söz konusu durumları risk ve değer kapsamında değerlendirerek kararlarını almalı, adımlarını bu doğrultuda atmalıdır.

1.4.1. Girişimciliğin Sağladığı İmkanlar ve Avantajlar

Girişimcilik her şeyden önce bireylere bağımsız ve özgür bir iş yaşamının kapısını açan bir anahtardır. Özel sektörlerin çalışanlara yönelik katı kuralları ve hiyerarşinin aşılması güç basamakları kişilerin yaratıcılıklarını sınırlamakta, ilhamlarını söndürmekte ve onları tek düze bir yaşamın sıkıcılığına hapsetmektedir. Ancak girişimciliğin sürprizlerle dolu, rutinlerden uzak, mevcut kalıpların dışına çıkan dünyası kişilere, bu süreçte yetenek ve becerilerini dilediğı şekilde kullanarak potansiyelini ortaya koyma ve toplumsal alanda kendi farkını yaratma şansı sunmaktadır.

Girişimciliğe adım atan bir kişi, bu süreçte alacağı tüm kararları ve geekleştireceğı tüm faaliyetleri bir başka kontrol mekanizması olmaksızın tek başına planlama ve uygulama imkanına sahip olmaktadır. İşten erken ayrılmak veya istirahat için çaresizce başkalarından izin istemeden, mesaiye kalma endişesi olmadan çalışma koşullarını kendi yaşam düzenine göre belirlemek gibi bir çok avantajlı durum, özellikle kurumsal çatılarda sürekli gözetim ve baskı altında çalışan kişileri kendi işinin patronu olma arzusuyla girişimciliğe yönlendiren temel neden olarak ortaya çıkmaktadır.

Girişimciliğin kişilere ve kurumlara olan bağımlılığı azaltmasının yanı sıra zamansal ve mekansal kısıtlamalardan da büyük ölçüde muaf kılma özelliğı vardır. Girişimcilerin nerede ve ne zaman çalışacakları kendi inisiyatifleri doğrultusunda belirlenmektedir. Bu anlamda sektördeki mevcut çalışma koşulları ile karşılaştırıldığında girişimciliğin sağladığı esnek çalışma koşulları büyük bir avantaj haline gelmektedir.

Ancak unutulmamalıdır ki girişimcilik mesai saatinde başlayıp mesai bitiminde sona erecek bir iş değil aksine yaşamın her anında kendisini hissettiren dinamik bir süreçtir. Bu anlamda girişimci, çalışma alanlarını belirleyip zaman yönetimini planlarken bu hususa dikkat etmeli ve bu süreleri girişimi zarara uğratmayacak ve gelişimini engellemeyecek düzeyde ayarlamaya özen göstermelidir.

Kişinin girişimcilikle beraber kendi belirleme imkanına sahip olduğu esnek çalışma koşulları, aynı zamanda kişinin sosyal yaşama katılımı noktasında da artış yaratmaktadır. Girişimcinin bu süreçte işletmesine veya kişisel gelişimine katkı sağlayacak çeşitli etkinlikler yapma, yeni birliktelikler kurma fırsatı olmaktadır. Toplumsal alanda sosyalleşme ve insanlarla daha fazla etkileşime geçme imkanı, girişimcinin sosyal ağını genişletip yaratıcılığını beslerken aynı zamanda işletmesinin gelişimi açısından da oldukça yarar sağlamaktadır.

Kişileri girişimciliğe yönlendirmede büyük rol oynayan bir başka sebep ise şüphesiz finansal yönden rahatlığa kavuşma isteğidir. Girişimcilik ile beraber kişiler, gelir düzeylerini girişimleri üzerine sarf ettikleri emek ve yaptıkları yatırımlara paralel yönde artırma imkanına sahip olurlar. Sektörlerin çalışma düzeyi ne olursa olsun çalışanlarına sunduğu sabit maaş sistemi, girişimciliği bu anlamda ayrıcalıklı bir konuma taşımaktadır. Girişimcinin elde edeceği geliri belirleyen, herhangi bir işverenin inisiyatifinden ziyade girişiminin başarısı olmaktadır.

Girişimciliğin başlangıç aşamasında mali anlamda tatmin edici rakamlarda bir getirisi olmaması olası bir durumdur. Ancak girişimcilik sabır, emek ve özveri isteyen bir süreçtir ve girişimcinin doğru stratejilerle atacağı adımlar, girişimin bir süre sonra finansal olarak büyümesini, kar oranlarını yükseltmesini sağlayacaktır. Bu deneyimin sonunda kişinin sıfırdan başlayarak başarıya ulaştığını görmesi ayrıca büyük bir gurur ve mutluluk kaynağı olmaktadır. Başarılı bir girişim ile kişi özgüvenini yükseltirken toplumdaki saygınlığını da arttırmaktadır.

1.4.2. Girişimcilikte Karşılaşılan Olumsuzluklar ve Girişimciliğin Dezavantajları

Girişimcilik her ne kadar kişiye sunduğu avantajlarla son derece çekici bir faaliyet alanı olsa da aynı zamanda içinde bulundurduğu bir çok zorlukla birlikte herkesin başarı gösteremeyeceği bir meslek dalı olmaktadır. Girişimciler, bir girişimin kurulmasına öncülük eden bir yönetici olmakla beraber aynı zamanda girişimin tüm faaliyet alanlarında etkin davranarak birden fazla işin sorumluluğunu almak durumundadır. Girişimin büyümesi ve gelişmesi ile işgören sayısının arttırılması sonucu girişimcinin iş yükü hafiflese de kontrol alanının her zaman geniş tutulması ve bu kontrollerin sürdürülmesi önem taşımaktadır. Dolayısıyla girişimcinin süreç boyunca işlerinin bitmesi söz konusu değildir.

Bir girişimci her zaman için yeniliklerin ve fırsatların takibinde olmalı ve hareket alanlarını genişletmelidir. Şirket çalışanları, pazarlama, finansman ya da personel gibi spesifik bir alanda uzmanlaşırken, girişimciler tüm fonksiyonları yönetmek zorundadır (Arıkan, 2002, s. 48). Girişimciliğin beraberinde getirdiği özellikle kuruluş aşamasında yaşanan bu yüksek tempo isteyen ve bir durak noktası bulunmayan yaşam düzeni, girişimcilerin stres yoğunluğunu arttırmakta, çevreleri ile zaman geçirme, sosyalleşme vakitlerini kısıtlamaktadır.

Girişimcilikte başarıya ulaşmak, girişimden tatminkar bir gelir elde etmek şüphesiz girişimcinin harcadığı çaba ile doğru orantılıdır. Kimi zaman bu yoğun çaba, girişimcinin kendi yaşamının önüne geçen bir düzeye ulaşmaktadır. Girişimcilikte, iş ve özel yaşam arasındaki sınırların çoğunlukla belirsizleştiği durumlar yaşanmaktadır. Girişimci bu ayrımı doğru bir şekilde gerçekleştiremezse hayatı üzerindeki otokontrolünü yitirme ihtimali oluşur. Bu durumlar, girişimcinin çevresi ile olan ilişkilerine gerilim olarak yansıyabilmekte ve ilişkileri yıpratabilmektedir. Girişimci, işi ve özel yaşamı arasındaki dengeyi sağlayamadığı anlarda iki alanda da çeşitli olumsuz durumla karşılaşabilmektedir. Dolayısıyla girişim kurulmadan önce kişi, girişimi için yapması gereken fedakarlıkları gözden geçirmeli ve yaşamını bu doğrultuda devam ettirebileceğinden emin olmalıdır.

Girişimcilik finansal yönden sunduğu yüksek gelir avantajı ile çekicilik kazansa da bu avantajın elde edilmesi kolay değildir. Girişimin başarıya ulaşp girişimciye kar ettirdiği noktaya kadar geçen süreç, girişimci için maddi yönden zorlayıcı olabilmektedir. Çoğu zaman başarılı olabilecekken dahi finansman bulmakta yaşanan zorluk ve maddi yetersizlikler nedeniyle ilerleme kaydedemeyip pes etmek zorunda kalan girişimciler söz konusudur. Ancak yeterli finansal kaynağa sahip girişimler zorlu durumlarda fazla zarar görmeden yoluna devam edebilmektedir. Dolayısıyla girişimci, sabırlı davranarak süreci en iyi şekilde planlamalı ve kaynaklarını bu planlama doğrultusunda en verimli şekilde kullanmalıdır.

Bu süreçte elde edilecek gelirin belirsizliği de girişimci için bir dezavantaj konumundadır. Yoğun çalışmalara rağmen gelir düzeyinde herhangi bir artış olmaması, girişimcilikte karşılaşılabilecek olası bir durumdur. Kurumsal çatılar altında standart bir maaş miktarı her ay düzenli olarak banka hesabına yatırılırken girişimcilikte kazanç miktarı bir çok faktöre bağlı olarak değişim göstermektedir. Bu belirsizlik altında girişimcilik kimi zaman zorlayıcı bir deneyim olabilmektedir. Bu deneyim stres

düzeyindeki artışı da beraberinde getirmektedir. Girişimin getirisindeki düzensizlik, girişimcinin işverenlerine karşı sahip olduğu sorumluluk ve yükümlülükler nedeniyle de ayrı bir sorun halini almaktadır. Başkası adına çalışan değil, kendi işinin patronu olarak başkalarının kendisi adına çalıştığı bu noktada girişimci bu gibi durumlarla en iyi şekilde baş etmek zorundadır.

Girişimcilik sürecine dahil olmanın çeşitli yolları bulunmaktadır. Yeni bir işletme kurmanın yanı sıra “halihazırda kurulmuş bulunan bir işletmeyi devralma ya da franchising uygulamaları da diğer girişimcilik şekilleridir” (Arıkan, 2002: 49). Mevcut bir işletmeyi devralan girişimci, eleman ve ekipman temini, zaman tasarrufu gibi pek çok yönden avantaj elde etmektedir. Kaynakların hazır bir şekilde bulunması, gelir elde etme ve kara geçme açısından hız kazandırmaktadır.

Ancak devralınan işletmenin mevcut problemlerinin çözümü de girişimcinin sorumluluğu olmakta ve bu problemlerin çözüme kavuşturulması kimi zaman yeni bir işletme kurmaktan daha zahmetli ve zorlayıcı olabilmektedir. Franchising uygulamaları ise özellikle isim yapmış firmalarla çalışıldığında girişimciye avantaj sunarken, başlangıç aşamasında firmaya ödenen yüklü miktarlar ve sürecin devamında firmaya olan bağımlılık durumu, girişimciliğin özgür ruhuna zıt düşen bir dezavantaj durumunu oluşturmaktadır.

1.5. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnsanlık başlangıçtan bu yana çeşitli talepler ve isteklerle varoluşunu sürdürmüştür ve bu durum girişimciliğin ortaya çıkışı ile sonuçlanmıştır. Bu anlamda girişimcilik, tarihin en eski çağlarından beri uygulanan bir faaliyet türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin gelişimi ile birlikte zaman içinde çeşitlenen ve kapsamını genişleten girişimcilik, kişilere sunduğu fırsatlar ve cazip avantajlar ile tarihsel süreçte bir çok kişinin faaliyette bulunmak ve kendisine meslek kolu olarak seçmek istediği bir alan haline gelmiştir.

İnsanların ilk çağlardan bu yana yaşamak ve gereksinimlerini karşılamak amacıyla yaptıkları avcılık, çiftçilik, hayvancılık, ticaret vb. faaliyetler, tarihin ilk dönemlerinden beri girişimciliğin mevcut olduğunu ortaya koymaktadır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011: 56).

Varoluşu bu denli eskilere dayanan girişimciliğin literatüre girişi ancak 20. Yüzyıl sonrasında mümkün olmuştur. Girişimciliğe yönelik yapılan tanımlamalar ve açıklamalar, dönemsel koşullara bağlı olarak değişkenlik gösterse de genel olarak risk alma, yenilik yaratma, üretkenlik şeklinde ön plana çıkan özellikler etrafında bulunmaktadır.

1.5.1. Dünyada Girişimcilik

Birçok kişinin çeşitli faaliyetlerde bulunmayı tercih ettiği bir alan olarak girişimcilik, toplumsal anlamda ilerlemenin bir öncüsü olarak karşımıza çıkarken, meydana getirdiği yeni üretim ve yönetim teknikleri ile de sürekli olarak değişim ve gelişim göstermektedir. Bu anlamda girişimciliğin ortaya çıkışından bu yana var olan kavramlar da değişmekte ve yerine yenilerini bırakmaktadır. Değişen dünyada bilginin ve hızın ön plana çıkmasıyla eskiye dönük düşünce ve anlayışlar, temelinde bilgi ve yenilik olan yeni düşünce ve anlayışlarla kendisini göstermiştir. Bu değişimin daha iyi anlaşılması için girişimciliğin tarihsel süreçte geçirmiş olduğu evreleri açıklamak önem taşımaktadır.

Dünyada girişimciliğin gelişimi, ekonomik uğraşların geçirdiği evreler üzerinden ele alındığında karşımıza beş ana dönem çıkmaktadır. Bu dönemler ise şu şekildedir (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s. 56);

1. İlkel Toplamlar (Çobanlığa dayanan ev ekonomisi),
2. Tarıma dayanan köy ekonomisi (Derebeylikler),
3. Küçük el sanatına dayanan kent ekonomisi,
4. 15. – 19. Yüzyıllar Arasında Avrupa’da Ortaya Çıkan İktisadi Düşünceler Çerçevesinde Girişimciliğin Gelişimi,
5. 20. Yüzyılda Girişimcilik (Vural, 2006, s. 40).

Girişimciliğin ilk evresini oluşturan ve ilkel toplumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetler her ne kadar girişimcilik faaliyetleri olarak nitelendirilseler de bu dönemdeki insanların ortak amaçları yaşamlarını idame ettirebilmek olmuştur. Bu anlamda günümüzde girişimciliği çekici kılan ve insanları bu alanda faaliyet göstermeye iten çeşitli unsurların ilkel toplumlardaki insanlar için geçerli olmadığı görülmektedir. Bu dönemdeki insanlar çoğunlukla hayvancılıkla uğraşmış ve evcilleştirdikleri hayvanlar aracılığıyla doğanın sunduğu yiyeceklerin toplanması üzerine kurulu bir hayat sürmüştür.

Daha çok avcılık, toplayıcılık ile bir yaşam sürdürülen bu dönemde ekmek yapmak, çanak çömlek imal etmek gibi kısıtlı da olsa bir üretim yapıldığı söylenebilir. Ancak insanlık tarihinin ilk yıllarından bu yana insanların yaşamak ve ihtiyaçlarını karşılamak için yaptığı faaliyetler basitçe girişim olarak nitelendirilebilse de bu dönemde üreticilik olmadığı için gerçek anlamda bir girişimcilikten bahsetmek mümkün değildir (Durkheim, 1982 akt. Gümüsoğlu ve Karaöz, 2014, s. 101).

Yerleşik hayata geçilmesi ile birlikte yaşam tarzları değişmiş ve buna paralel olarak insanların üretim faaliyetleri de çeşitlenerek gelişim göstermiştir. Avcılık ve toplayıcılıktan yerleşik tarıma geçiş dönemi insanların ekonomik ve sosyal gelişme hızını büyük ölçüde arttırmıştır (Güran, 1991, s. 4). Bu dönemde üretimin çeşitlenmesi ve fazlaşması ile birlikte insanlar, üretimlerini kendilerinin gerçekleştiremedikleri ihtiyaçlarını karşılamak doğrultusunda girişimciliğin ilk örneklerinden sayılabilecek yeni yöntemler yaratmış ve diğer üreticilerle değiş tokuş üzerine kurulu bir ticaret anlayışı ortaya koymuştur. İlk toprağa yerleşik toplumlar döneminde insanların üretime başlamaları ve ihtiyaçtan fazlasını üretmeleri nedeniyle takas yönteminin hakim olduğu bir ticaret ortaya çıkmış; bu faaliyetler girişimcilik kavramının o dönemdeki en önemli örnekleri olmuştur (Gümüsoğlu ve Karaöz, 2014, s. 101).

Zamanla farklılık gösteren ve çeşitlenen ihtiyaçlar doğrultusunda mevcut tarım faaliyetlerinin yanı sıra dericilik, ahşap işlemeciliği, fırıncılık, tekstilcilik gibi zanaate dayalı bir çok farklı iş kolu ortaya çıkmıştır. Bölgede üretilen ürünler, çevre bölgelere satılmakta ve yine bu bölgelerden de ihtiyaca yönelik ürünler satın alınmıştır. Bu ticaret ağının zamanla gelişmesi ile çeşitli atölyelerin açılmasının, aile işletmelerinin kurulmasının ve ücretli işçi çalıştırılmasının önü açılmıştır. Tüm bu gelişmelerle örgütsel bir boyut kazanan ve güçlü sermayelerin oluşturulmasına kaynaklık eden iş alanları, makinelerin ortaya çıkışı ile birlikte bir çok farklı kolda hizmet vermeye başlamıştır.

Tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda şekillenen ve gelişen söz konusu faaliyetler, toplumsal anlamda bir çok gelişmenin yaşanmasına öncülük ve kaynaklık etmiştir. Bu noktada uygulanan ekonomi politikalarıyla amaçlanan ise ekonomik büyüme ile devletin güçlenmesini sağlarken bu güç ile ülkenin gelişimine katkıda bulunmak olmuştur. Devlet gelişiminin öncelik olarak alındığı bu anlayışla birlikte zamanla girişimcilerin zenginleşmesi ve siyasi alanda daha etkin bir konum kazanması mümkün olmuş ve girişimler, faaliyet alanlarını genişletmeye yönelik adımlar atma imkanı elde etmiştir. Böylece sınırlar yeniden çizilmiş, siyasi sistemler değişmiş, kazanmak ve daha

çok kazanarak belirli sınırlar içinde zenginliği artırmak Avrupa'nın temeli olmuştur (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s. 59).

Sanayileşme ile birlikte kendisine gelişim alanı bulan ve çeşitlilik kazanan girişim faaliyetleri, bu noktadan sonra toplumsal alanda önemli bir üretim faaliyeti olarak ön plana çıkmaya başlamıştır. Ekonomik büyüme ve toplumsal gelişime kaynaklık eden önemli bir faktör olarak değerlendirilmeye başlanan girişimcilik bu anlamda mevcut girişimcilerin de kendi içlerinde farklılıklar kazanmasını sağlamıştır. 20. yy'ın başlarında şirkete sahip olmak ve yöneticisi olmak kavramları ayrılmıştır ve girişimcilik kavramı günümüzdeki halini almaya başlamıştır (Küçük, 2005, s. 32-33 akt. Gümüsoğlu vd., 2014, s. 101).

Farklı dinamiklerle yeniden şekillenen yeni dünyada hızla değişen ve çeşitlenen ihtiyaçların karşılanması adına gerçekleştirilen faaliyetler, girişimciliğin yeni anlayışlar ile yeniden yorumlanmasında etkili olmuştur. Özellikle günümüzde bilgi temelli teknolojilerin kullanımı ve akıllı makinelerin yaygınlaşması ile girişimcilik kapsamını genişletmiş; hız, cesaret, risk gibi kavramların temelinde bulunduğu yeni bir anlayış ile hareket ederek yayılım göstermiştir.

1.5.2. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi

Türkiye’de gerçekleştirilen girişimciliğe yönelik faaliyetler de tıpkı tüm dünyada olduğu gibi bir takım evrelerden geçerek ortaya çıkmış ve gelişimlerini sürdürmüştür. Ticari anlamda hakimiyet kurmak ve gücü elinde bulundurmak amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler, girişimciliğin günümüzdeki haline gelmesine ve yaygın bir iş alanı olarak öne çıkmasında etkili olmuştur. Bu amaçlar doğrultusunda girişimciliğin çeşitli alanlarında farklı türde etkinlikler gerçekleştiren Türkler de Anadolu’da yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte bu alandaki geniş ticaret ağlarının bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Anadolu’nun bir köprü vazifesi gören ve ticaretin devamlı kılınmasında ciddi öneme sahip konumu girişimsel faaliyetlerin beslenmesine yardımcı olmuştur.

Türkiye’de varlığının oldukça eskilere dayandığı kabul edilen girişimcilik, özellikle Anadolu’da yerleşik hayata geçilmesiyle çeşitli ticaret faaliyetleri ve zanaatkarlık alanlarında kendisini yoğun olarak göstermiştir. Bu faaliyetler, Osmanlı İmparatorluğunun kuruluşu ile dönemin şartları doğrultusunda gelişim sağlama yönünde bir takım zorlayıcı engellerle karşılaşmıştır. Cumhuriyet dönemine gelindiğinde ise bu engellerin kaldırılmasına ve girişimsel faaliyetlerin önünün açılarak ekonomik

kalkınmanın ve büyümenin sağlanması adına çeşitli hamlelerde bulunulmuştur. Bu anlamda girişimciliğin Türkiye’de gerçekleştirilen faaliyetlerin zaman içinde yaşadığı değişimleri iki ana dönemde incelemek mümkündür.

1.5.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Girişimcilik

Osmanlı İmparatorluğu zamanı boyunca süregelen savaşlar toplumun ticari faaliyetlerden ziyade daha çok askerlik alanında faaliyet göstermesine sebep olmuştur. Bunun yanı sıra geride kalan halk tarım ve çiftçilik ile geçim kaynağını oluştururken, ticarete dönük eylemler farklı tebaaların sorumluluğuna bırakılmıştır. Bu durum savaş zamanları Osmanlı’da girişimsel faaliyetlerin ilerleyişi önünde engel teşkil eden bir durum halini almıştır. Dolayısıyla Türkler, ticaret ağının dışında kalarak ekonomik kalkınmaya ve gelişmeye yönelik etkinliklerden uzak yaşamsal faaliyetlerini sürdürmüştür.

Osmanlı’nın ticaret ağını yönlendiren ve bu alanda etkinlik gösteren kesiminin Türklerden ziyade Türk topraklarında yaşayan gayrimüslimlerden oluştuğu görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğunda ticaret işini daha ziyade Rum, Yahudi, Ermeniler, Levanterler üstlenirken, Türkler askerlik, ulemalık, bürokratik ve tarım gibi işlere yönlendirilmişlerdir (Müftüoğlu, Akbulut, Özsoy, 1996, s. 25). Gayrimüslimlerin Osmanlı ticaret ağını besleyen sermaye üzerindeki avantajlı konumları nedeni ile Türk girişimcileri desteklemeye yönelik çabalar sonuçsuz kalmıştır.

Nüfusun çoğunluğunun asker olarak görev yapması ve geriye sayısal olarak oldukça az kalan bir grubun ise ticaretten çok tarımsal faaliyetlerde etkinlik göstermesi Osmanlı’da sanayileşmenin ortaya çıkmasını ve gelişmesini engelleyici unsur olmuştur. Bu durumu besleyen bir diğer faktör de dönemin padişahlarının yönetsel anlamda izlediği siyaset anlayışları gösterilmektedir. Gayrimüslimler ve yerli halkın yönetimi üzerinde izlenen politikaların göstermiş olduğu farklılıklar, Türklerin sivil yaşamda aktif rol oynamalarını geciktirmiş ve iş yaşamına entegre olmalarının önüne geçmiştir.

II. Meşrutiyet dönemiyle birlikte bu durumun önüne geçilmesi adına çeşitli çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. 1908’de II. Meşrutiyetin ilanı ile birlikte ülkenin kavuştuğu özgürlük havası içinde gerek ticari, gerek sanayi alanında bir canlanma meydana gelmiştir (Gödek, 1994, s. 20) Ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi adına Milli İktisat kavramından hareketle Osmanlı’ya ait ticari alanlarda gayrimüslimlere sağlanan avantajlar en aza indirgenerek Türk girişimcileri desteklemeye yönelik önemli

bir takım hamlelerde bulunulmuştur. Bu doğrultuda sanayicilere destek verilmiş, millileşmek için yabancılara verilen imtiyazlar kaldırılmış ve milli bankaların kurulması desteklenmiştir (Altıparmak, 1998, s. 66). Müslüman Türkler, gerçek anlamda ekonomik faaliyetlerle ancak 2. Meşrutiyetten sonra ilgilenmeye başlamışlardır (Tokgöz, 2001, s. 8).

Osmanlı dönemi boyunca bölgede yerleşik olan sosyokültürel yapı, uygulanan merkeziyetçi yönetim anlayışları, gayrimüslimlerin bilgi ve tecrübe olarak yerli halkın önüne geçmesi ve dolayısıyla sermaye ve teknik açısından Türklerden ileride olmalarının sonucu olarak yabancılara bağımlı kalınması gibi çeşitli faktörler, bu coğrafya içerisinde girişimciliğin büyümesi ve gelişmesini engellemiştir. Kendi ihtiyaçları doğrultusunda sınırlı üretimde bulunan ve ekonomik kalkınmaya yönelik bireysel ölçekte faaliyetler gösteren yerli halk, bu anlamda yenilikçi ticaret anlayışlarından ve girişimci zihniyetten uzak bir biçimde yaşamını devam ettirmiştir.

1.5.2.2. Cumhuriyet Dönemi ve Sonraki Dönemde Girişimcilik

Cumhuriyet dönemi ile birlikte Osmanlı Dönemindeki merkezi otoriteye bağlı olarak gelişen geleneksel anlayış bazı değişimler göstermiş ve girişimciliğin gelişimi önündeki engellerin kaldırılarak yeni girişimlerin kurulmasını destekleyici adımlar atılmaya başlanmıştır. Siyasi açıdan dışa bağımlılığın ortadan kalkması ve ülke yönetimi üzerinde yalnızca Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin söz sahibi olması ile ülkenin kalkınmasını ve ekonomik büyüme kaydetmesini sağlamaya yönelik planlamalar yapılmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda ekonomik olarak büyümenin ve bağımsızlık kazanmanın önemli bir unsuru olan girişimci faaliyetlerin çoğaltılması ve geliştirilmesi de devlet tarafından oldukça önemsenmiştir.

Savaş döneminin ardından sürecin sebep olduğu hasarları onarmak, yaraları sarmak ve eskisi gibi güçlü olabilmek adına mücadele eden halkın bu zamana dek ticari faaliyetlerde etkin bir şekilde rol alamamış olması, sürecin devamında ticari ilişkiler ağına uyum sağlama noktasında çeşitli problemlere sebebiyet vermiştir. Savaş sonrası dönemde yerli halk, ticari faaliyetlere entegrasyon sorunu yaşamıştır (Küçük, 2005, s. 33). Bu anlamda oluşturulan İzmir İktisat Kongresi'nde, "Milli İktisat anlayışı doğrultusunda Türkiye ekonomisinin kalkınması için gayrimüslimler ve yabancılara ticaretten uzaklaştırılması ve Türk girişimcilerin desteklenmesi, sanayinin geliştirilmesine önem verilmesi, girişimcilere destek olunabilmesi için milli bankalar kurulması gibi fikirler

ortaya çıkmıştır (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014, s. 103). Cumhuriyetin erken döneminde doğan ve “Türk ve Müslüman ahaliden tüccar ve iş adamları insanlar oluşturma” sloganı ile hareket eden bu anlayış, 1930’lu yıllara kadar sürdürülmüştür. Kongre tamamlandığında şu kararlar alınmıştır (Danışık, 2001, s. 27-28 akt. Aşkın vd., 2011, s. 67);

1. Anonim şirketlerin kurulmalarının kolaylaştırılması.
2. Milli bankaların kurulması.
3. Demiryolları inşasının hükümetçe bir programa bağlanması.
4. Sanayinin teşviki.
5. Yerli malı giyilmesi.
6. Amele denilen iş erbabına bundan sonra işçi denilmesi ve sendika hakkı tanınması.

Bu dönemde bir yandan yabancıların değişik alanlardaki hakimiyetlerine son vermeye çalışılmış, diğer yandan girişimciliği teşvik etmek amacıyla bir dizi önlem alınmıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s. 66). 1923’teki İzmir İktisat Kongresinde alınan kararlar, sermaye noktasında yaşanan sıkıntılar nedeniyle planlanan şekilde gerçekleştirilememiş ve Türklerin ticari alandaki etkinliklerini arttırmaya, girişimsel faaliyetlerini desteklemeye yönelik adımlar dönemin mali temelli baskılayıcı koşulları nedeni ile atılamamıştır.

Daha sonra İzmir İktisat Kongresine benzer amaçlarla 1927’de çıkarılan “*Teşvik-i Sanayi Kanunu*” ile yabancıların sahip olduğu bilgilerden ve tecrübelerden faydalanılması adına onların Türklere ait iş alanlarında çalışmalarına müsaade edilmiştir. Böylece Türk girişimcileri başarısızlığa götüren kısıtlı maddi imkanlar, altyapısal sorunlar, sermaye yetersizliği gibi faktörlerin yanı sıra tecrübe ve bilgi noktasındaki eksikliklerin giderilmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda özel teşebbüsler tarafından kurulan milli bankalar ve fabrikalarla sanayileşme adımları atılmaya başlanmıştır. Ancak savaşın verdiği yoğun hasar ve savaş sonrası ortaya çıkan imkansızlıklar sebebiyle istenilen boyutta bir ilerleme kaydedilememiştir.

1950’li yıllarda ise günümüzde faaliyet gösteren bir çok eski fabrikanın temellerinin bu dönemlerde atıldığını söylemek mümkün olmaktadır. Dolayısıyla bu dönem devletçilik anlayışından uzaklaşılması ile özel teşebbüslerin kendisini gösterdiği ve pek çok girişimin kurulduğu bir dönemdir. Bu ilerlemenin temelinde ise devletin girişimleri desteklemeye ve girişimciliğe özendirmeye yönelik izlediği politikalar da

etkili olmuştur. Ancak sağlıklı ortaklık yapılarının kurulamamış olması, yatırım öncesi gerekli fizibilite çalışmalarının yapılmaması, profesyonel anlamda yönetim anlayışının yeterince yerleşmemiş olması gibi nedenlerle gerekli kurumsal yapılar oluşturulamamıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s. 67).

1980 ve sonrasında ise girişimcilik eğiliminde yaşanan artış ve özel sektörlerin çoğalması sonucu girişimsel faaliyetlerin yaygınlık kazandığı bir serbest piyasa ekonomisinden söz etmek mümkündür. Bu anlayış ile ihracata yönelik girişimlere karşı sağlanan destekler arttırılmış ve ithal ikamecilik anlayışı terk edilmiştir. Bu dönemde, her ne kadar serbest piyasa anlayışı üzerinden hareket edilen ve devletin bu işleyişte yalnızca düzenleyici role sahip olduğu bir anlayış ile girişimlerin desteklendiği görülse de devlet otoritesinin tamamen yok sayıldığı söylenememektedir. Bu noktada dönemin kendi içerisinde bir takım çelişkiler barındıran politikalarının yarattığı belirsizlik, piyasada olumsuz yansımalarla sebep olmuştur.

Uzun süre boyunca etkilerini hissettiren ve ilerleme önünde sıkıntılar yaratan tüm olumsuz durumlara rağmen günümüz Türkiye'sinde girişimcilik hızlı bir şekilde gelişmeye ve uluslararası piyasada kendisini göstermeye devam etmektedir. Bilgi ve hızın ön plana çıktığı 21. yüzyıl dünyasında, bilimsel çalışmalar ve gelişen teknoloji doğrultusunda girişimcilik ve girişimsel faaliyetler gerek ekonomik gerek toplumsal alandaki önemini giderek hissettirmeye başlamıştır. Bu anlamda Türkiye'de ve dünyada girişimcilik alanına yönelik yapılan çalışmalar, ülkelerin kalkınması ve gelişim sağlaması için girişimlere ve girişimci kişilere duyduğu ihtiyacı kanıtlar niteliktedir.

1.6. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Girişimciliğe ve girişimci kişilerin özelliklerine yönelik yapılan araştırmalarda, girişimsel faaliyetlerin birçok faktöre bağlı olarak kendisini gösterdiğini ve girişimcilerin bu doğrultuda eylemlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur. Her ne kadar girişimcilerin kişisel özellikleri de süreç üzerinde belirleyici olsa da girişimlerin ortaya çıkması ve şekillenmesinde yalnızca bu özelliklerin varlığını kabul etmek doğru değildir. Dolayısıyla bir girişimin kurulması noktasında kişinin girişimci kişiliğinin gerektirdiği özellikleri taşıyor olması kimi zaman tek başına yeterli olmamaktadır. Girişimcilik sürecini olumlu ve olumsuz yönde etkileyen söz konusu faktörlerin tespit edilmesi ve açıklanması, girişimlerin başarılı sonuçlar elde etmesi noktasında önem kazanmaktadır.

1.6.1. Kültürel Yapı

Her coğrafya kendine has kültürel dokusu ile dünyada farklılıklar ortaya koymaktadır. Birer zenginlik kaynağı olarak değerlendirebileceğimiz bu kültürler, ülkelerin sosyal ve ekonomik yapıları da dahil olmak üzere bulundukları bölgede değiştirici ve dönüştürücü etkilere sahiptir. Literatür incelendiğinde kültüre yönelik yapılan araştırmaların konusunun kültürün tanımsal olarak açıklanmasından ziyade etki ettiği alanlar üzerinden incelemeye alınması bu durumu kanıtlar niteliktedir. Bu noktada içerdiği anlamlarla ekonomik ve sosyal yapının da önemli bir parçası olarak değerlendirilen girişimcilik, varlık gösterdiği bölgenin kültürel yapısı ile uyumlu olarak kendisine gelişim alanı bulmuştur. Öyle ki girişimci kişilere özel kişisel özelliklere ek olarak, girişimcilerin ait oldukları kültürlerden de etkilenerek bu kültürler etrafında faaliyetlerini gerçekleştirdikleri söylenebilmektedir.

Kültürün ait olduğu toplumun kurallarına, kurumlarına, süreçlerine, ilişkilerine ve yapılarına şekil vererek; üyelerinin çalışma derecesini, biçimini ve yöntemini güçlü bir şekilde yönlendirdiği genel olarak kabul edilmektedir (Tosun, 1990, s. 145-146 akt. Güney ve Çetin, 2003, s. 194). Her bir girişimcinin var olduğu bölgeye ait kültürel yapısı olduğu göz önüne alındığında girişimcilerin bu yapıdan etkilenmeleri kaçınılmaz olmaktadır. Genel olarak kabul edilmektedir ki toplumların serbest çalışma ve meslekler hakkında sahip olduğu kültür kodları, özelliklerine göre bireylerin teşebbüs kabiliyetini olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir (Güney ve Çetin, 2003, s. 190).

Bu etkilerin anlaşılmasına yönelik yapılan çalışmalar arasında Hofstede (2001) tarafından 40 farklı ülkede gerçekleştirilen bir araştırma ön plana çıkmaktadır. Ulusal kültürleri temel olarak “eril-dişil, bireycilik ve kolektivizm, güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma” (Güney ve Çetin, 2003, s. 194) başlıkları üzerinden ele alıp inceleyen Hofstede, bu noktada kültürün girişimcilik üzerindeki etkilerini anlamak adına önemli açıklamalar getirmiştir.

Bu başlıklar sırayla incelendiğine Hofstede için erilliğin ön plana çıktığı örgütlerde dişilliğin hakim olduğu örgütlerdekinden farklı özellikler kendisini göstermektedir. Hofstede’e göre, bir toplumda atılganlık ve materyalist değerler öne çıkıyorlarsa, insana verilen önem arka planda ise bu topluma erkek kültür hakimdir (Hofstede, 1980 akt. Demirel ve Tikici, 2004, s. 54). Örgütlerde eril değerler, başarı, yarışma, hırs ve benzeri üzerinde yoğunlaşırken; dişil değerler yaşamın kalitesi, yakın ve samimi ilişkiler olmaktadır (Güney ve Çetin, 2003, s. 194). Bu açıklama doğrultusunda

girişimcilerin sahip olması beklenen kişisel özelliklerle gösterdiği uyumluluk açısından bakıldığında şekfat, nezaket, merhamet, sadakat gibi dişil değerlerle ilişkilendirilen özelliklerden ziyade hırs, başarı, rekabet, saldırı gibi özellikleri barındırdığı ne sürülen eril değerlerin hakim olduğu kültürlerin, girişimcilik alanında daha başarılı faaliyet gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Toplumların sahip oldukları kültürlerde ön plana çıkan bireyci ve kolektivist anlayışların da yine aynı çalışmada girişimsel faaliyetlerin şekillenmesinde etkin rol oynadığı kabul edilmektedir. Bu anlamda bireyciliğin hakim olduğu kültürlerde tek başına başarma, kendi kendine yetebilme, elde edilen başarılarda tüm alkışı toplama isteği gibi çeşitli bireysel istekler ön plana çıkmaktadır. Kolektivist anlayışın hakim olduğu kültürlerde ise insanlar, bireysellikten çok toplumsallığın öncelendiği ve birlikteliklerin gücüne duyulan inanç doğrultusunda iş birliği içinde paylaşımlı olarak hareket edilen bir toplumsal yapı oluşturmaktadır. Bireyci kültürlerde bireyin kendini algılayışı ve kendine güveni geliştiği için girişimcilik konusunda toplumcu girişimciden daha cesur olmaktadırlar (Morris ve Davis, 1994 akt. Güney ve etin, 2003, s. 195)

Kültürün girişimcilik üzerinde belirleyici etkisini açıklamaya yönelik bir diğer boyut olan belirsizlikten kaçınma davranışı ise “toplumların, bilginin yetersiz olduğu, açık olmadığı veya hiç olmadığı, değişimin hızının ve boyutunun öngörülemediği durumlardan duydukları tedirginlik düzeyi ile ilgilidir” (Hofstede, 1984, s. 25 akt. Demirel ve Tikici, 2004, s. 53). Bu tarz belirsizlikten kaçınma davranışına sahip toplumlar, söz konusu belirsizlikler karşısında endişe hissederek tehlikeli veya riskli gördükleri durumlardan kaçınma eğilimi göstermektedir. Güvende hissetme ihtiyaının yüksek olduğu bu kültürde insanlar kendileri için güvenli ortamı sağlamak adına yazılı kurallara bağlılık geliştirmekte ve yeni fikirlere karşı mesafeli durmaktadır. Bu eğilimin düşük olduğu toplumlarda ise aksi şekilde insanların daha atılğan, yeniliklere ve değişimlere açık bir yapıda ve gerektiğinde risk almaktan çekinmeyen cesaretli bir yapıda oldukları belirtilmektedir. Dolayısıyla girişimci ruhun gerektirdiği karakteristik özellikler, belirsizlikten kaçınma eğilimi taşıyan kültürlerde bulunmamakta, bu durum toplumdaki girişim faaliyetlerini sınırlamaktadır.

Bir toplumdaki belirsizlikten kaçma eğilimi, toplumdaki insanlar arası g mesafesini de doğrudan etkileyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Hofstede (2001) tarafından kültürün örgütsel yapılar üzerindeki etkisini belirtmek adına ortaya atılan bu kavramda “gücün toplumsal alanda eşitlikten uzak bir biçimde dağılımını”

(Güney ve Çetin, 2003, s. 195) ifade etmektedir. İnsanlar arasındaki güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda kişiler üstlerin gücünü kabul etmekte ve yaşamlarını bu üstlerden gelecek emirleri gerçekleştirerek geçirmektedir. Kolektif ve hiyerarşik kültürlerde var olduğu ileri sürülen paternalizm olgusu da bu doğrultuda önemli bir kültürel boyutu ifade etmektedir (Aycan, 2001 akt. Güney ve Çetin, 2003, s. 196).

Aycan (2001) araştırmasında paternalist yapıya sahip örgütlenmelerde ast-üst arasında aile içi ilişkilere benzer bağlılıkların oluştuğunu ve bu ilişkiler sonucu üstlerin çalışanları arasında yakın olduğu insanlara karşı ayrımcı davranışlarda bulunduğunu belirtmektedir (akt. Güney ve Çetin, 2003, s. 196) Bu durum, ilgi gösterilmeyen çalışanlarda motivasyon kaybına neden olurken sevilen ve ilgi gösterilen astların ödüllendirilmek için daha çok çalışmasına sebep olmaktadır. Böylece kimi çalışanlar “lidere yakın olma ve her şeyi liderden bekleme alışkanlığı” (ag.e., s. 196) gösterirken kimi çalışanlarda önemsiz hissetme, çalışma yaşamına karşı isteksiz olma gibi duygu ve durumlar oluşmaktadır.

Astlar ve üstler arasındaki güç mesafesi arttıkça astların kendi başına karar vermek, yenilik üretmek, risk almak, kendini geliştirmek ve yükselmek gibi girişimciliğin ruhunu yansıtan eylemlerden kaçındığı, üstleri ile arasındaki eşitsiz güç dağılımını kabullenerek herhangi bir değişiklik istemedikleri görülmektedir. Bu durum insanların yeni bir şeyler ortaya koyacak ve kendisini gösterecek cesarete sahip olmamaları sonucu girişimsel faaliyetlerin meydana gelmesini engelleyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.6.2. Aile ve Sosyal Çevre

Toplumsal yaşamın temel yapıtaşlarından biri olarak aile, pek çok alanda belirleyici etkinliğinin yanı sıra girişimsel davranışların oluşturulmasında da kendisini gösteren bir olgudur. Eğitimin ilk olarak aile içerisinde başladığı ve bir çok davranış biçiminin de öncelikle bu ortamda öğrenilip hayat boyu da öğrenilmeye devam edildiği göz önüne alındığında, ailenin kişiler üzerindeki etkilerinin uzun vadede büyük boyutlara ulaştığı rahatlıkla söylenebilmektedir. Bu durumda ailelerin çocuklarına karşı gösterdikleri ilgi, tavır ve davranış biçimleri ile aktardıkları her türlü bilgi, onların hayatını şekillendirmekte ve onlara nasıl davranmaları, ne yapmaları gerektiği hakkında yönlendirici olmaktadır.

Girişimsel faaliyetlerin ilk olarak öğrenildiği yer olan ailenin yapısı, çocukların girişimcilik ruhlarını besleyen ya da mevcut eğilimlerini körelten bir tarza sahip olabilmektedir. Bu noktada ailelerin çocuklarını özgür bir ortamda yetiştirmesi, onlara kendi kararlarını alabileceği bir serbestlik yaratması ve yaptıkları işlerde destekleyici bir tutum sergilemesi gibi yapıcı davranışlar, çocuklarda girişimci kişilik özelliklerinin oluşması için uygun ortamı oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalar, çocuklukta edinilen tecrübelerin girişimcilik davranışlarını şekillendirdiğini ileri sürmektedir.

Bu anlamda Collins ve Moore'un başarılı girişimcileri psikolojik olarak değerlendirdikleri araştırmalarında, girişimcilerin öne çıkan en belirgin değerlerini, yüksek düzeyde özerklik ihtiyacı, bağımsız olma isteği ve kendi kendine güven olarak belirlemişlerdir (Güney ve Çetin, 2003, s. 196). Araştırmacılar, bu değerlerin ise girişimcilerin ebeveynleriyle olan iletişimlerinden kaynaklanan otorite etrafında gelişen ilişkiler nedeniyle harekete geçtiklerini belirtmişlerdir (Kao, 1989 akt. Güney ve Çetin, 2003, s. 196).

Daha kapalı ve söz konusu etkileşimlerin daha sınırlı olduğu ataerkil aile yapılarında girişimci ruhu destekleyecek olgular sınırlı kalmaktadır. Bu yapıların görüldüğü tarımla uğraşan kırsal kesimde ailenin etkisi, anne-babanın sıkı denetimi ve itaatin belirginleştiği bir ortamda gerçekleşmekte olup bireylerin meslek ve statüleri aile içinde tespit edilmektedir ve dolayısıyla bu tür bir aile yapısı içerisinde yeniliklere açık, bireysel başarıyı hedefleyen, dinamik, üretken ve risk alabilen girişimci tipinin yetişmesi zor olmaktadır (Güney ve Çetin, 2003, s. 196-197) Özellikle katı kuralların ve cezalandırmaların yer aldığı ailelerde çocuklar herhangi bir hata yapmaktan çekinmekte ve dolayısıyla tehlikelerden uzak kalmayı tercih eden edilgen bir birey olarak yetişmektedir. Girişimci kişiliğin gerektirdiği özgüvenin aile içinde çocuklara hissettirilmemesi onları pasifleştirmekte ve girişimciliğin esasını oluşturan üretime, yeniliklere, değişime, başarıya mesafeli hale getirmektedir.

Aile içinde halihazırda herhangi bir girişimsel faaliyet gösteren ya da girişimciliğe karşı pozitif bir rol modelin varlığı da çocukların girişimcilik eğilimi taşımasında etkili olmaktadır. Çocuklar, bu kişileri genellikle kendilerine rol model seçerek onlar gibi olma çabası içine girmektedir. Bu durum aynı zamanda çocuğun sosyal çevresinde bulunan kişileri de kapsamaktadır. Özellikle başarılı bir girişimcilik örneği sergileyen kişilere gösterilen saygı, sevgi takdir gibi unsurlar, çocuklar tarafından fark

edilmekte ve onları girişimciliğe özendirerek gelecekteki meslek seçimlerini etkileyebilmektedir.

Girişimcilik, insanlar arası etkileşimin yoğun olduğu bir alan olarak sosyalliğin de bir ifadesidir. Girişimcilik süreci boyunca çevreden verilecek her bir destek, girişimcinin başarısı üzerinde etkili olacaktır. Mevcut toplumun girişimciliğe karşı gösterdiği değer ve girişimciliğe yönelik teşvik edici uygulamaları da bu noktada önem kazanmaktadır. Toplumda girişimciliğin öneminin bilincinde olan ve her türlü girişimsel faaliyeti maddi ve manevi olarak destekleyen kişi, kurum ve kuruluşların var olmasının o toplumdaki girişimci sayısına olumlu yansımaları kaçınılmaz olacaktır.

1.6.3. Siyasi Faktörler ve Mevcut Yönetim Anlayışı

Çok yönlü ve kapsamlı bir olgu olarak girişimcilik, sosyoekonomik parametreler üzerinden kendini var ederken aynı zamanda onlar üzerinde belirleyici olma özelliğine de sahiptir. Girişimciliğin kendisine varlık alanı bulduğu koşullar, dönemin mevcut siyasi anlayışının niteliğine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Öyle ki girişimcileri desteklemeye ve mevcut girişimlerin sayısını arttırmaya yönelik politikaların yasal düzlemde uygulama alanı bulması, girişimcilik eğilimlerinin yükseliş yaşamasında itici bir faktör olmaktadır.

Siyasal sistemin özgür girişimciliğe bakış açısı, özel mülkiyete tanıdığı yasal statü ve uygulama alanına koyduğu ekonomik sistem, girişimciliğin oluşumuyla yakından ilişkilidir (erbakan.edu.tr). Siyasi yönetimlerin girişimcilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik atacakları yasal adımlar ile paralel olarak girişime yönelimde artış gözlemlenecektir. Bu anlamda siyasi sistemin, piyasadaki talepleri dikkate alarak mevcut ihtiyaçların karşılanması adına maddi destekler sağlaması ve teşvikleri arttırması önemli olmaktadır.

Bireysel hakların yasalar ve kanunlarla korunduğu gelişmiş siyasi sistemlerde insanlar yönetime duydukları güvenle doğru orantılı olarak sermayelerini arttırmaktadır. Yasaların verdiği güvenle girişimciliğe duyulan motivasyon sonucu bireylerin özel girişimlere karşı ilgisinde artışlar yaşanmakta ve böylece yeni kurulacak girişimlerin önü açılmaktadır. Aksi halde merkeziyetçi sistemlerde olduğu gibi bu tarz isteklere cevap vermeyen ve insanların sahip oldukları hakların dayandığı yasal çerçeveden endişe duyduğu toplumlarda girişimsel faaliyetlerin gelişmesi söz konusu olmayacaktır. Bu tarz

yapılarda girişimler, kamu girişimciliği ile sınırlı kalmakta ve kendisine varlık alanı bulamayan özel teşebbüsler ekonomik kalkınma noktasında bir kayıp olarak kalmaktadır.

1.6.4. Ekonomik Düzey

Girişimcilik her ne kadar çok yönlü ve kapsamlı bir süreç olarak kişisel özellikler, motivasyon, eğitim gibi bir çok değişkene bağlı olarak varlık gösterse de bu faaliyetlerin planlanma aşamasından uygulanma aşamasına kadar geçen süreç maddiyatla mümkün kılınmaktadır. Öyle ki bireylerde girişimsel eğilimin oluşturulmasında büyük payı olan ve onlara girişimcilik sürecinde başarı sağlayacak olan donanımı sunacak nitelikli bir eğitim çoğu zaman maddiyatla elde edilmektedir. Dolayısıyla girişimcilerin sahip oldukları ekonomik düzey veya çevresinde girişimlerini maddi yönden destekleyecek kişi veya kurumların varlığı kurulması planlanan işletmenin büyüklüğü, biçimi, çalışma alanı, örgütsel yapısı, konumu ve mekânsal özellikleri gibi bir çok farklı değişkeni doğrudan etkilemektedir.

Maddi yönden yeterli kaynağa sahip olmayan ancak girişimcilik eğilimi taşıyan bireyler bu kaynakları çeşitli yollardan temin edebilmektedir. Çoğunlukla bu kaynaklar kişinin kendi birikimleri, banka kredileri, arkadaşlar veya aileler tarafından sağlanırken bazı durumlarda girişimci dışarıdan kendisini destekleyecek yatırımcılar da bulabilmektedir (Ubuz, 2019, s. 38). Bu anlamda girişimcilik faaliyetlerinin oluşturulması ve sürdürülmesi noktasında çevreden alınacak finansal destek girişimciler için hayati nitelik kazanmaktadır. Bu konuda yeni girişimlerin finanse edilmesine yönelik yapılacak yasal düzenlemelerle konuya yönelik kamuoyunda bir farkındalık yaratılması önem taşımaktadır.

Girişimcinin sahip olduğu ekonomik düzey, girişimlerin kuruluşunda belirleyici olup işletmenin şekillenmesinde rol oynarken kimi zaman bu durum kişileri girişimciliğe yönlendiren itici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki maddi yönden sıkıntı yaşayan ve girişimciliğin sunduğu avantajları kendi yaşamında deneyimlemek isteyen pek çok kişi bu sonsuz fırsatların yer aldığı çekici dünyaya kayıtsız kalamamaktadır. Girişimcilik ile birlikte yaşam kalitesini arttırmak ve daha iyi imkanlara sahip olmak isteyen kişiler girişimsel faaliyetlere ilgi duymaktadır. Maddi olanaklar, kimi zaman daha iyi bir yaşama kavuşma arzusu ile girişimcilerde bir motivasyon kaynağı haline gelirken kimi zaman kişilerin eldekini de kaybetme endişesi ile yeni bir girişimin kurulmasında engelleyici bir etki yaratmaktadır.

1.6.5. Öğrenim Düzeyi

Girişimsel davranışların öğrenilmesi ve bu alana yönelik eğilimlerin oluşturulması bireylerin öncelikli olarak ailelerinden aldıkları eğitimle mümkün olmaktadır. İlk eğitimlerini aile çatısı altında almaya başlayan bireyler daha sonra çeşitli kurumlar altında bu eğitimlerine devam etmekte ve nitelik kazanmaktadır. Bu süreçte alınan eğitimlerin kalitesi ve yeterliliği sonraki dönemde kişilerin girişimciliğe yönelmesinde ve hatta girişimcilik alanında göstereceği faaliyetlerde belirleyici rol oynamaktadır. Kişi, almış olduğu eğitimlerle girişimciliğin gerektirdiği donanımları kazanabilmekte veya girişimsel faaliyetlerde bulunma düşüncesinden uzaklaşabilmektedir. Girişimciliğin oluşumunda etkili dışsal bir faktör olarak öne çıkan eğitim, bu anlamda nitelik bakımından çeşitli unsurlara bağlı olarak değişkenlik göstermekte ve olumlu veya olumsuz şekilde girişimciliğin gelişim sürecini etkilemektedir.

Yapılan çalışmalar, eğitim sürecinde sürekli değişen ve geçerliliğini kısa sürede kaybeden önemsiz bilgileri öğretmek yerine; bilinmeyenlerin keşfedilmesine önem veren eğitim kurumlarında yetişen çocukların daha yaratıcı ve girişimci olduklarını ortaya çıkarmıştır (Saeki vd. 2001 akt. Güney ve Çetin, 2003, s. 197). Gelişmiş eğitim sistemleri, bireyleri doğrudan girişimcilik alanına yönlendirmekten ziyade girişimci kişilik özelliklerini geliştirecek uygulamalarla onlarda var olan girişimci potansiyelini açığa çıkarmaya yönelik bir anlayışla hareket etmektedir. Üretken, cesur ve yenilikçi birey yetiştirme felsefesiyle oluşturulan bu sistemlerde hedeflenen, bireylerin her koşulda kendine iş imkanı yaratabilmesi ve ekonomik açıdan kendine yetebilecek bir düzeye ulaşabilmesidir.

Bireyleri cesaretlendirmeyi, yenilik ve değişimlere karşı açık olmayı, liderlik ruhunu aşılarmayı, gelişime ve üretmeye istekli kılmayı hedefleyen bir eğitim sistemine sahip ülkeler, kendine güvenen, üretken, dinamik bir nesil yaratma imkanına sahip olacaktır. Bu eğitimler, gençleri gelecek adına motive edip onlarda girişimcilik eğilimlerinin oluşmasını sağlarken aynı zamanda kurulacak girişimler sayesinde ülke ekonomisinin kalkınmasına ve iktisadi büyüme göstermesine büyük katkılarda bulunacaktır. Her bir bireyin dışa bağımlı olmadan kendi ekonomik gücünü elinde bulundurması ve ülkesine fayda sağlaması adına eğitim sistemlerinin nitelik bakımından zenginleştirilmesi ve kaliteli eğitimlerin toplumsal alanda homojen bir şekilde dağılması bu noktada ciddi önem arz etmektedir.

1.6.6. Cinsiyet

Girişimcilik sürecinde belirleyiciliğe sahip bir diğer faktör ise cinsiyettir. Özellikle eril egemenliğin hakim olduğu toplumlarda bu belirleyici etki kendisini daha çok göstermektedir. İktidar aygıtlarının erkek egemenliğinde olduğu ve onlar tarafından temsil edilip yönetildiği bir düzende erkekler, kadınlar üzerinde tahakküm kurarak onları baskılamaya yönelik davranışlar sergilemektedir. Bu noktada bir kadını girişimsel faaliyetlere karşı cesaretlendirecek ve girişimcilik alanında aktif kılacak ortamın sağlanmasının ne denli mümkün olduğu ise tartışma konusu olmaktadır.

Geleneksel ataerkil yapılarda kadına atfedilen roller genellikle annelik, hanımlık gibi mekânsal sınırlamalara sahip kavramlar üzerinden oluşturulmaktadır. Çocukluktan itibaren aile içinde inşa edilen bu roller, kadınların gelecek yaşamları ve özellikle meslek seçimleri üzerinde belirleyici olmaktadır. Bu anlamda kadınlar çoğu zaman iş yaşamından uzak, toplumun kendileri için daha uygun bulduğu ev ortamında yaşamlarını sürdürmektedir. Çeşitli sebeplerle iş hayatına atılan kadınlar ise kendileri adına önceden belirlenmiş kısıtlayıcı cinsiyetçi rollere uygun olan meslekler arasında seçim yapmak zorunda kalmıştır. Erkekliğe ait olduğu düşünülen ve aynı zamanda girişimci ruhu temsil eden atılganlık, cesurluk, tehlikelerle başa çıkma, kendi kararlarını alma gibi bir takım özelliklerin kadınlarda olamayacağı düşüncesi, girişimciliği kadınlar için uygun meslekler sınıfına sokmamaktadır.

Kadın erkek eşitliğinin yasal çerçevede zemin bulduğu ve toplumsal alanda da bu eşitliğin geçerli sayıldığı toplumlarda ise kadın girişimciliği kendisine alan bulabilmektedir. 21. yüzyılla birlikte girişimci kadın sayısında yaşanan artış sonucu kadın ve erkek girişimciliğine yönelik cinsiyet temelli araştırmalar gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Kadınların ve erkeklerin yaratılış ve sosyalleşme biçimleri gereği farklı özelliklere sahip olduğu düşüncesi bu araştırmaların çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu konuya yönelik yapılan bir araştırmada “kadın girişimciler erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kadın girişimcilerin daha iyimser ve şartlara daha iyi uyum sağlayan kişilik özelliklerine sahip oldukları, erkek girişimcilerin ise, kendilerine daha fazla güvenen, daha esnek ve daha az toleransa sahip oldukları tespit edilmiştir (Ülgen, Aktaş ve Aslan, 2017, s. 36).

Fizyolojik olarak kadın ve erkek arasındaki doğuştan gelen farklar doğal olarak onların girişim faaliyetlerinde belirleyici olmaktadır. Fiziksel güç olarak erkeklerin kadınlardan daha avantajlı konumda olmaları nedeniyle erkekler, gücün ön plana çıktığı

makine, sanayi, inşaat gibi sektörlerde de kendilerine iş fırsatı yaratma imkanı bulmaktadır. Kadınlar ise bu koşullar doğrultusunda kol gücü gerektirmeyen eğitim, danışmanlık, hizmet gibi sektörlerle yönelmekte ve bu alanlarda faaliyetlerini sürdürmektedir.

1.6.7. Psikolojik Faktörler

Bireylerin sahip oldukları psikolojik durumlar, şüphesiz meslek yaşamlarında da belirleyici olmaktadır. Girişimcilik sürecinde psikolojik faktörlerin etkisini ön plana çıkaran bireysel yaklaşımlarda girişimcilik özellikle psikolojik ve demografik unsurlar üzerinden ele alınıp incelenmektedir. Bireylerin psikolojilerine işaret eden davranışları, düşünceleri, yaşam biçimleri gibi unsurlar bir çok alanda olduğu gibi girişimciliğe yönelimi ve girişimsel faaliyetleri üzerinde de etkili olmaktadır. Bu anlamda insan psikolojisinin girişimcilik süreçleri üzerindeki etkisinin söz konusu faktörler üzerinden incelenmesi, girişimcilikte başarı sağlanması adına önem taşımaktadır. Zira girişimcilik süreci, içerisinde birçok dinamiği barındıran bütünsel bir süreçtir ve psikolojik yönden girişimcilik sürecine uygun olmayan kişilerin bu süreçte ilerleme kaydetmesi kolay olmamaktadır.

Bahsi geçen araştırmalarda ön plana çıkan ve bireylerin girişimciliklerini etkileyen temel psikolojik faktörlerin “bağımsız olma arzusu, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı toleranslı olma, kendine güvenme, yenilikçi olma, başarı ihtiyacı, yaratıcı olma ve içsel kontrol odağı gibi” (Kaygın ve Güven, 2015, s. 36) özellikler olduğu görülmektedir. Gürbüz (2011) tarafından ESOGÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile psikolojik faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak adına gerçekleştirilen araştırmaya göre “girişimcilikle başarı ihtiyacı, risk alma eğilim ve kendine güven arasında pozitif yönlü bir ilişki, girişimcilik ile kontrol odağı arasında ise negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür” (Gürbüz, 2011, s. 15-16).

Girişimcilik, bir çok faktöre bağlı olarak varlık göstermektedir ve bireylerin söz konusu psikolojik özellikleri de bu faktörlerden birini oluşturmaktadır. Girişimcilik süreci, her şeyden önce bireyin bu iş için yeterince motive olması ile başlamaktadır. Çeşitli unsurlar, bireylerin motivasyonlarını güçlendirmelerini sağlayabilmekte ya da düşürebilmektedir. Bu anlamda bireyler süreç boyunca motivasyonlarını yüksek tutmaya ve eylemlerini sürdürmeye gayret etmelidir. Maddi yönden bağımsızlık kazanma, özgür yaşama, saygınlık görme, kendini gerçekleştirme, başarılı olma, yaşam standartlarını

yükseltme gibi istek ve ihtiyaçlar bireylerin başlıca motivasyon kaynaklarını oluşturmaktadır. Bu hedefleri gerçekleştirmeye yönelik duyulan istekler ne denli kuvvetli olursa girişimcinin motivasyonu da güçlenmekte ve çalışma arzusu artmaktadır.





İKİNCİ BÖLÜM
KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. GİRİŞİMCİ KADIN KAVRAMI

Yönetim aygıtlarının erkek egemenliğine ait olduğu ve iş gücünün çoğunlukla erkeklerden oluştuğu toplumlarda kadınlar, iş yaşamından uzakta ev içi ile sınırlandırılmış mekanlarda yaşamlarını sürdürmekteydiler. Ancak yaşanan teknolojik gelişmeler ve bilimsel çalışmalar sonucu fiziksel güçten çok bilginin ön planda olduğu bir döneme geçiş söz konusudur. Yaşanan bu değişim ve dönüşümler, kadınların iş yaşamında birer iş gücü olarak ön plana çıkmaya başlaması ve zamanla bu alanda kendilerini geliştirerek bir çok iş kolunda kendilerini göstermeleri ile sonuçlanmıştır. Zamanla iş yaşamında önemli bir aktör halini alan kadınların girişimcilik alanında da faaliyetlerde bulunmaya başlaması literatürde girişimci kadın kavramını yaratmıştır.

Literatürde kadın girişimciliğine yönelik mevcut çalışmalar incelendiğinde girişimci kadın kavramına ilişkin benzer tanımlamaların yer aldığı görülmektedir. Bu tanımlamalar ortak bir paydada toplanarak şu şekilde açıklanmaktadır; “Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadındır” (Soysal, 2010, s. 90).

Özellikle 1980’lerden sonra girişimcilik faaliyetlerinde yaşanan artış, girişimciliği toplumsal alanda daha ilgi çekici kılmıştır. Erkekler kadar kadınlar tarafından da ilgi gösterilen girişimcilik, zaman içinde gelişim göstererek kadınların da içerisinde aktif olarak yer aldığı bir alan haline getirmiştir. Kadın iş gücünün girişimsel faaliyetlerde ağırlığını giderek arttırması ile kadın girişimciliği toplumsal alanda tanınırlık kazanmıştır. Buna bağlı olarak girişimci kişiliğin gerektirdiği risk alma, tehlikeleri fark etme ve onlarla başa çıkma, dinamik ve hırslı olma özelliklerin yalnızca erkeklerde bulunduğu kanısı, girişimci kadınlar tarafından geçersiz kılınarak yalnızca geleneksellikten kalma bir inanişe dönüştürülmüştür.

2.1.1. Girişimci Kadınların Özellikleri

Girişimciliğe yönelik yapılan araştırmalar, girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak kişinin onu diğer insanlardan ayıracak bir takım farklı özelliklere sahip olmaları gerektiğini sıklıkla vurgulamaktadır. Bu özellikler, girişimin başarısını belirlemekte ve piyasa içinde girişimin kendi farkını ortaya koymasında büyük önem taşımaktadır. Öyle

ki girişimin kaderini belirleyen bu özellikler her ne kadar cinsiyet faktörüne bağlı olarak değişkenlik gösterse de erkeklerde olduğu kadar kadınlarda da bulunmaktadır.

Kadın girişimciliğinin erkek girişimciliğine oranla daha az sayıda olması, kadın girişimciliğine yönelik çalışmaların sayısını sınırlı tutmaktadır. Kadın girişimciliği hakkında yapılan araştırmaların büyük bir kısmı yaş, medeni durum, eğitim ve kadınların yönetim becerileri ile ilgili sınırlı konulara odaklanmıştır (Arıkan, 2013, s. 21) Kadın girişimciliğinin yaygınlaşması ile birlikte girişimci kadınların özelliklerini konu edinen araştırmalarda “kadın girişimcileri tanımlayan kişisel karakteristiklerin dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve amaç yönelimli olmaları” (Soysal, 2010, s. 90) şeklinde ortaya konmuştur. Bunun yanı sıra kadınların girişimcilik faaliyetlerini “hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme” (a.g.e., s. 90.) gibi özelliklerini kullanarak da sürdürdükleri ifade edilmektedir.

İngiltere’de İngiliz Leeds Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen ve kadınların sahip oldukları özelliklerin çalışma yaşamına yansımalarını ortaya koyan bir araştırmada, çalışanların çoğunlukla kadın yöneticiler ile çalışmayı tercih ettikleri saptanmıştır. Bu tercihin altında yatan sebepler ise “kadınların bir iş için erkeklerden daha fazla çaba sarf etmeleri ve daha dikkatli olmaları, çalışanlarına gerekli eğitimi daha iyi verebilmeleri, yeni durumlara ve değişimlere daha rahat ayak uydurabilmeleri, yanlarında çalışanları iş konusunda heveslendirme ve teşvik etme yeteneklerinin erkeklerden daha gelişkin olması, yeni fikirlere daha açık olmaları, gözlem yeteneklerini iş yaşamında başarılı bir biçimde kullanabilmeleri, çalışanlarıyla iletişim kurarken sağladığı başarının daha iyi bir yönetici olmasında olumlu bir etki yaratması, problem çözebilmedeki başarısının, bir yönetici olarak erkekten daha iyi olması, özel yaşamlarında olduğu gibi iş yaşamında da açık bir stratejiye sahip olmaları, iş yaşamında erkeklere oranla daha neşeli ve eğlenceli olabilmeleri, sanılanın aksine iş yaşamında kararlarını kolay verebilmeleri ve kararları konusunda daha ısrarcı olmaları” (Sabah, 2004) şeklinde sıralanmaktadır.

Söz konusu araştırmalar kadınların sahip oldukları karakteristik özelliklerin, girişimlerini yönetmek noktasında herhangi bir olumsuz bir durum yaratmadığını göstermektedir. Hatta kadınların bu güçlü özelliklerini iş yaşamına entegre etmeleri, onların başarı oranlarını daha da arttıracak ve sektör içinde farklılıklarını göstermelerine yardımcı olacaktır. Çünkü kadınlar fiziksel yeterlilikleri el verdiği ölçüde bir çok işi en iyi şekilde yapacak yeterliliğe sahiptirler.

2.1.2. Kadın ve Erkek Girişimci Arasındaki Farklar

Hem kadınların hem erkeklerin girişimcilik faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürmeleri mümkündür çünkü girişimci kişiliğin gerektirdiği özelliklerin kadınlarda da erkeklerde de mevcut olduğu konuya yönelik yapılan araştırmalar tarafından ortaya konmuştur. Ancak cinsiyet farklılıklarının girişimci kişilik özellikleri üzerinde değişik boyutlarda etkiler yarattığı bir gerçektir. Kadın girişimciliğinin yaygınlık kazanmaya başlaması ile beraber girişimci kadınların özelliklerini cinsiyet değişkeni üzerinden belirlemeye yönelik çalışmalar yürütülmeye başlanmıştır.

Özdevecioğlu ve arkadaşları (2003, s. 136) tarafından kadın ve erkek yönetimi altında çalışmanın ne tür farklılıklar içerdiğinin belirli faktörler üzerinden saptanmaya çalışıldığı araştırmada, kontrol mekanizmasının kadınlara ait örgütlerde çalışmanın daha çok tercih edildiği gözlenmiştir. Aynı zamanda çalışanlardaki stres, motivasyon ve iş tatmini seviyesinin yöneticinin cinsiyetine bağlı olarak değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışanlar, “kadın yöneticilerin, erkek yöneticilere oranla daha demokratik olduklarını, erkeklerin otoriter tarzlarına karşın, kadınların insan odaklı ve destekleyici yönetim tarzlarının ön plana çıktığını, öte yandan, kadın yöneticilerin kendilerine daha az güvendikleri ve iş arkadaşlarına amirlik yapmaktan çekindiklerini” (Örücü, Kılıç ve Kılıç, 2007, s. 122) ifade etmişlerdir. Bu anlamda kendi işletmesinin yönetiminin yine kendisine ait olduğu kadın girişimcilerle çalışmak, söz konusu koşullar altında tercih edilme oranı çok daha yüksek olmaktadır.

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıkları açıklayan Güney (2008) çalışmasında bu farklılıkları (Tablo 2.1) motivasyon, hareket noktası, fon kaynakları, mesleki geçmiş, kişisel özellikler, özgeçmiş, destek grupları, kurdukları ilk iş türü olarak bir takım değişkenler üzerinden ele almıştır. (s. 242-243)

Tablo 2.1: Erkek ve Kadın Girişimciler Arasındaki Farklar

Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	- İşleri bitirme sonucu elde edilen başarı, - Kişisel bağımsızlık, - Kontrolü elinde bulundurmaktan kaynaklanan iş tatmini.	- Bir amacı gerçekleştirmekten dolayı elde edilen başarı, - Bir işi yalnız yapmaktan kaynaklanan bağımsızlık.
Hareket Noktası	- Mevcut işten duyulan tatminsizlik, - Okulda ve mevcut işte yeni işle ilgilenmiş olma, - İşten çıkarılma ya da işi bırakma, - Bir şeyler elde etme isteği.	- İşten kaynaklanan hayal kırıklığı, - Alandaki fırsatı görme.
Fon Kaynakları	- Kişisel varlık ve birikimler, - Bankalar, - Yatırımcılar, - Arkadaşlardan ve aileden alınan borçlar.	- Kişisel varlık ve birikimler, - Kişisel borçlar.
Mesleki Geçmiş	- Ücretli iş deneyimi, - Tanınmış bir uzman ya da o alanda büyük başarılar kazanmış bir kişi olmak, - Çeşitli iş alanlarında uzman olmak.	- İş alanında deneyim, - Alanda orta düzey yönetici olmak, - Hizmet sektöründe iş geçmişi.
Kişisel Özellikler	- İkna edici olmak, - Amaç odaklı olmak, - Yenilikçi ve idealist olmak, - Yüksek düzeyde özgüven sahibi olmak, - Şevkli ve enerjik olmak, - Kendi kendisinin patronu olma zorunluluğu.	- Esnek ve toleranslı olmak, - Amaç odaklı olmak, - Yaratıcı ve gerçekçi olmak, - Orta düzeyde bir özgüvene sahip olmak, - Şevkli ve enerjik olmak, - Sosyal ve ekonomik çevre ile uğraşabilme yeteneğine sahip olmak.
Özgeçmiş	25-35 yaşları arasında işletme kurma, - İş sahibi bir babasının olması, - Üniversite mezunu olmak (işletmecilik ya da mühendislik gibi teknik bir alanda derece sahibi olmak), - Ailenin ilk çocuğu olmak.	35-45 yaşları arasında işletme kurma, - İş sahibi bir babasının olması, - Üniversite mezunu olmak (liberal sanatlar eğitimi), - Ailenin ilk çocuğu olmak.
Destek Grupları	*Arkadaşlar, - avukat ve muhasebeciler, - İş dünyasından arkadaşlar, - Eş.	- Yakın arkadaşlar, - Eş, - Aile, - Profesyonel kadın grupları, - Ticaret birlikleri.
Kurdukları İlk İş Türü	Üretim ya da inşaat.	Hizmet sektörü (eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler).

Kaynak: Çalışır ve Çakmak Kılıçaslan, 2017, s. 128-129.

Çalışır (2016) ise çalışmasında, kadınların çeşitli nedenlere bağlı olarak girişimcilik yaptıklarından söz ederek, kadınları girişimci olmaya sevk eden durumlar arasında öncelikli olarak ailenin ihtiyaçlarını karşılama, sosyal ilişkide bulunma, kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kişisel özgürlük arzusu, eşin başka bir işte çalışmaya izin

vermemesi, sağlık vb. sorunlar bulunduğuna dikkat çekmektedir. Aynı zamanda kadınların erkeklerden farklı olarak dinamik, özgüvenli, rekabetçi, hırslı, cesaretli, başarıya odaklı olma, kendine güvenen, risk alma becerisine sahip olma gibi birtakım kişisel özelliklere sahip olmasının girişimcilik konusunda da onları yüreklendirdiğini belirtmektedir (Çalışır ve Çakmak Kılıçaslan, 2017, s. 129).

Tüm bu çalışmalar sonucunda görülmektedir ki kadın ve erkek girişimcilerin başarılı olmalarını belirleyen cinsiyetleri değildir. Hem kadınlar hem de erkekler bu süreçte gösterecekleri emeğin karşılığını alabilir ve hedeflerine ulaşabilirler. Çünkü kadınlar ve erkekler arasında yalnızca cinsiyet değişkenine bağlı olarak fizyolojik farklılıklar mevcuttur. Her iki cinsiyet arasında ne kadar fiziksel güç eşitsizliği olsa da girişimcilik yalnızca fiziksel güç ile faaliyet gösterilecek bir alan değildir.

Dolayısıyla bilginin ön plana çıktığı günümüz dünyasında kadın ve erkek de girişimsel faaliyette bulunabilir ve başarı elde edebilirler. Kadın ve erkeğin fiziksel eşitliğinden ziyade bu noktada önemli olan toplumsal cinsiyet bağlamında kadın ve erkeğe eşit hakların sağlanması ve cinsiyete bağlı ayrımcılıkların sonlandırılmasıdır. Bu anlamda kadın girişimciliğini arttırmaya ve kadınların gücünü göstermeleri için fırsat alanı sunmaya yönelik devlet desteklerinin artırılması, toplumsal bilincin oluşturulması önem taşımaktadır.

2.1.3. Girişimci Kadınlara Yönelik Sınıflandırmalar

Kadınların yetiştirilme tarzları, yaşam biçimleri, coğrafi konumları, kültürleri, toplumsal alanda sahip oldukları roller ve toplumun kadına bakış açısı gibi çeşitli bir çok faktör kadın girişimciler arasında farklılıklar yaratmaktadır. Kadınlar sahip oldukları farklılıkları en iyi şekilde kullanarak iş yaşamlarına entegre etmeleri, girişimsel faaliyetlerde çeşitlilik ve zenginlik kaynağı olarak kendisini gösterebilmektedir. Kadın girişimciliğinin giderek yaygınlaşması sonucu farklı türlerdeki kadın girişimciliği sektör içerisinde giderek daha belirgin hale gelmektedir. Bu durum kadınların girişimcilik süreçleri üzerinden girişimci kadın türleri sınıflaması yapma ihtiyacı doğurmuştur.

Bu anlamda Dorothy P. Moore (1987) tarafından girişimci kadın türlerine yönelik yapılan çalışmada kadın girişimciler iki farklı gruba ayrılmış ve bu gruplardaki kadın girişimcilerin sahip oldukları özellikler belirtilmiştir. Geleneksel girişimci kadın ve modern girişimci kadın olmak üzere iki farklı girişimci kadın türünün varlığına işaret eden bu çalışmada geleneksel girişimci kadınların “genellikle 35-45 yaş aralığında

olduğu, uzun yıllardır evli veya yeni evlilik yapmış olabileceği, ortalamanın üstünde bir eğitim düzeyine sahip olduğu, ailesinde serbest çalışan bir üyenin olduğu, yeni hizmet vermeye başlamış bir firmada ilk deneyimini kazandığı, sınırlı sayıda çalışanıyla birlikte perakende ticaret veya hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir işletme sahibi olduğu, kendi birikimi ve mal varlığı ile sermayesini oluşturduğu” (Narin vd, 2006, s. 71) belirtilmektedir. Modern girişimci kadın sınıflamasına dahil edilen kadın girişimcilerin genel özellikleri ise “işletme yönetimi ve teknik konularda bilgili olmaları, erkeklerin sayıca daha fazla olduğu işletmelerde çalışmaları ve geleneksel kadın rollerinin kadını sınırlayıcı etkisinden kendisini uzak tutmaları” (a.g.e.) şeklinde sıralanmaktadır.

Girişimci kadınların özelliklerinin sınıflandırılması konusunda öne çıkan bir başka çalışma ise Robert Goffee ve Richard Scase (1985) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaya göre iki faktör girişimci kadın türlerinin belirlenmesinde etkili olmaktadır. Bu faktörlerden ilkinde göre kadın girişimciler, bireysellik ve kendine güven ilkelerini benimseyen geleneksel girişimcilik eğiliminde olurken diğer faktör de kadın girişimcilerin erkeklerin astı konumunda olmayı kabullenen geleneksel cinsiyet rolünü içermektedir (Soysal, 2010, s. 92). Söz konusu faktörlere bağlı olarak dört farklı girişimci kadın türü ortaya çıkmaktadır (Kutanis, 2003; Hancı, 2004, s. 37).

1. Geleneksel Girişimci Kadın: Hayalini kurduğu girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirirken geleneksel cinsiyet rollerinin gerektirdiği vazifeleri de yerine getirerek işi ve ailesi arasındaki dengeyi bozmadan yaşamını sürdüren kadınların dahil oldukları sınıflamadır. Girişimlerini büyümeye yönelik herhangi bir istek bulunmayan bu grupta kadınlar genellikle konuk evi, sekreterlik, bakım hizmetleri, gıda, kuaförlük gibi sektörlerde faaliyet göstermektedir.
2. Yenilikçi Girişimci Kadın: bu grupta yer alan kadın girişimciler için öncelik sahip oldukları girişimdir ve girişimini geliştirmek, büyüme göstermek adına çaba sarf etmektedir. Daha çok basın, reklamcılık, halkla ilişkiler gibi insan etkileşimlerinin yoğunlukta olduğu alanlarda hizmet vermektedir.
3. Evcimen (Domestik) Girişimci Kadın: Evcimen olarak tanımlanan kadınlar tarafından işletilen girişimler genellikle sahip olduğu belirli bir grup müşteriyle küçük ölçekli faaliyetler gerçekleştirmektedir. Çünkü bu gruptaki kadın girişimciler için öncelik geleneksel cinsiyet rolleridir ve işletmesini ek bir gelir kapısı, adeta bir hobi olarak görmektedir.

4. Köktenci Girişimci Kadın: iş ve aile arasında bir denge sağlamaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işi de bu amaca hizmet eden bir araç olarak görerek organize eden kadın girişimcileri ifade etmektedir. Girişimleri ise kadın hareketleriyle ilişkili olarak basın, yayın, perakende satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat gibi işletmeleri kapsamaktadır.

2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ

Tarihsel süreçte toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcı tutumlar, kadına yönelik inşa edilen kalıplaşmış toplumsal roller, kadınlar için görev olarak adlandırılan ev içi sorumluluklar gibi bir çok nedenden dolayı kadın iş gücünün çalışma hayatı içinde kendine yer bulması ve ekonomik olarak güç kazanmaları kolay elde edilen bir başarı olmamıştır. Dünya nüfusunun yarısını oluşturan bir iş gücü potansiyeli olarak kadınların iş yaşamına katılımının ülke kalkınmasına sağlayacağı katkılar göz önüne alındığında kadınların bu alanlarda daha aktif hale getirilmesi büyük önem kazanmaktadır.

Sanayileşme ile birlikte önemi daha çok büyüyen emek gücüne dayalı üretim, teknolojiye devrimler ve bilimsel çalışmalarda yaşanan gelişmeler sonucu yerini aklın ve bilginin ön planda olduğu hizmet sektörüne bırakmıştır. Bu durum piyasa içerisinde kadına ve kadın iş gücüne duyulan ihtiyacı arttırmıştır. Kadınların çalışma yaşamında rol almaya başlaması için bir fırsat yaratan bu değişimler sonucu kadınlar girişimcilik de dahil olmak üzere pek çok alanda birer iş gücü kaynağı olarak sektör içerisinde hızla ön plana çıkmaya başlamıştır. Gürol (2000), kadın girişimci sayısında yaşanan artış oranını şu nedenler üzerinden aktarmaktadır (s. 242):

1. Sosyokültürel altyapıda yaşanan değişimle günümüzde çok fazla sayıda kadının çalışma yaşamına katılarak öğrenim seviyesini yükseltmesi
2. Yönetimin orta kadrolarında bulunan kadınların, çalıştıkları şirketlerde personel azaltma politikası izlenmesi korkusu ile bir gün işlerinden olacakları endişesi taşınması ve dolayısıyla kendi işlerinin patronu olmayı arzulamaları
3. Başarılı kadın girişimcilerin sayısındaki artış ile çevresinde ile ona ilham olacak kişilerin varlığı
4. Birçok işletmede “cam tavan” (glass ceiling) şeklinde tanımlanan ve kadınların işletmelerde yükselişe geçebilmelerinin ancak sınırlı bir kademeye kadar mümkün olabileceği düşüncesinin zihne hakim olması ve erkek egemenliği altında sürdürülen çalışma yaşamlarının varlığı

Tüm bu nedenler, kadınların girişimcilik alanına karşı daha çok eğilim göstermesini sağlarken aynı zamanda onlara girişimcilik alanında faaliyet göstermelerinin ne denli olumlu yanları olduğunu göstermektedir. Kadının iş gücü olarak sosyoekonomik parametreler üzerinde belirleyicilik kazanması, hem ülkedeki istihdam sorununa bir çözüm oluşturmakta hem de ülke ekonomisinin gelişmesinde yarar sağlamaktadır. Bu anlamda dünyadaki işgücü potansiyelinin önemli bir bölümünü oluşturan kadınların iş yaşamına entegrasyonunun sağlanmasına yönelik çabalar arttırılmalıdır. Kadın girişimciliğinin pek çok alanda kendisini gösteren faydalarının anlaşılması için kadın girişimciliğinin önemi açıklanarak konuya yönelik toplumsal bilinç kazandırılmalıdır.

2.2.1. Ekonomik Yönden Kadının Girişimciliğinin Önemi

Uzun yıllar boyunca çoğunlukla erkeklerin yer aldığı ve yalnızca onların başarılı olabileceği düşünülen piyasa ekonomisi içerisine kadınların da girişimci kimliğiyle dahil olmaya başlaması bir çok yönden önemli gelişmelerin öncüsü olmuştur. Kadınlar girişimcilik faaliyetlerine katılıp kendi işletmesini kurarak hem kendi ekonomik güçlerini elde edip bağımsızlık kazanmakta hem de ülke ekonomisinin gelişmesine büyük faydalar sağlamaktadır. Bu anlamda kadınların girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik boyuta yansımaları oldukça önemlidir.

Kadınlar kendi ülke ekonomilerini geliştirmede potansiyel girişimcilik faaliyetleri ile önemli bir kaldıraç kuvveti oluşturmaktadırlar (Arıkan, 2013, s. 20). Kadın girişimciler bu anlamda ekonomik büyüme ve gelişmeye sundukları hizmetlerle ülke kalkınmasında önemli bir role sahip olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde kendi işletmesine sahip olan ve böylelikle bir çok insana istihdam sağlayarak ülkelerin başlıca sorunlarından biri olan işsizliğe çare olan kadın girişimciler, bu önemin bir kanıtı olarak gösterilebilmektedir. Öyle ki Avrupa’da gerçekleştirilen bir araştırmada, yaklaşık 16 milyon işveren içinde kendi işinde çalışan kadın sayısının 10 milyondan fazla olduğu belirtilirken, Amerika’da 9.2 milyon insan için istihdam sağlayanların 6.4 milyonu kendi işinde çalışan kadınlardan oluştuğu ifade edilmektedir (Arıkan, 2013, s. 20).

Çağdaş devlet anlayışının en önemli gereklerinden biri olan toplumsal alanda kadın erkek eşitliğinin sağlanması, kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve geliştirilmesine hizmet etme yönünde önemli adımlardan biridir. Çağdaş devlet anlayışı, kadın erkek tüm bireylerin üretim faaliyetlerinde işlev sahibi olmalarını sağlamak

amacıyla bireyleri geliştirmeye yönelik gerekli önlemleri alarak, iş gücünün tüm yetenek, bilgi, beceri ve enerjisini ülkenin kalkınma çabalarına katmak konusunda toplumun her kesimini görevlendiren bir anlayıştır (Sipahi, 1997, s. 74). Bu anlayışa sahip toplumlar, kadın ve erkeğin hukuksal çerçevede eşit haklara sahip olması gerektiği bilincinden yola çıkarak her iki cinsiyetin ekonomik birer aktör olarak çalışma hayatında var olmasını hedeflemekte ve bunun için gerekli destekleri kişilere sunmaktadır.

En az erkekler kadar kadınların da girişimcilik alanında gerçekleştireceği faaliyetler, ekonomik kalkınma noktasında büyük bir ihtiyaç oluşturmaktadır. Kadınlar, girişimleri ile ekonomi alanında canlılık yaratarak ülke adına bir değer kaynağı olurken aynı zamanda sundukları iş imkanları ülkedeki nitelikli iş gücünü ve istihdam oranını arttırmaktadır. Çalışan sayısının artması ve işsizliğin minimum düzeye indirgenmesi ile ülkedeki refah seviyesinin yükselmesi kaçınılmaz olmaktadır.

2.2.2. Toplumsal Yönden Kadın Girişimciliğinin Önemi

Kadınların girişimcilik alanında kendini göstermesi ve kadın girişimci kavramının çalışma hayatında giderek daha çok dile getirilmeye başlanmasının toplumsal alanda yansıma bulması kaçınılmaz olmaktadır. Kadın girişimciliği bir çok alanda olduğu gibi toplumsal alanda da bir takım değişimlerin öncüsü olmuştur. Toplumsal açıdan değerlendirildiğinde bu değişimlerin kendisini en belirgin şekilde gösterdiği alan ise gelenekselliğe özgü toplumsal cinsiyet olgusunun belirlemiş olduğu roller ve iş bölümü olmaktadır. Cinsiyetin belirleyici olduğu toplumsal rollerde kadınlar, edilgen, kırılgan, evcimen, tek başına ayakta durabilecek yeterlilikte olmayan ve dolayısıyla yaşamını ancak bir erkeğin koruması altında idame ettirebilecek kişiler olarak profillenmiştir. Bu düzen, kadını erkeğe bağımlı kılarak kadınların toplumsal yaşam alanlarını büyük ölçüde sınırlamıştır.

Kadınların girişimci faaliyetler göstermeye başlaması ve bu alanda çeşitli başarılar elde etmeleri özellikle erkeklerin egemen durumda olduğu geleneksel toplumlarda süregelen kadının yalnızca ev içi ile konumlanması ve çocuk bakmak, yemek yapmak, temizlik gibi hizmet amaçlı işlerle uğraşması gerektiğine yönelik algıyı da kırmıştır. Bu bağlamda günümüzde kadın; yalnızca belli bir mesleğin uygulayıcısı veya çeşitli kesimlerde kol gücü ile görev alan bir emekçi olarak değil, aynı zamanda bir girişimci olarak da varlığını göstermiştir (Narin vd, 2006, s. 69: Soysal, 2010, s.89). Kadınlar artık girişimcilikle beraber üretim zincirinin bir parçası olarak ev içi hizmet

yerine ekonomik büyümeye ve ülke kalkınmasına hizmetleriyle de ön plana çıkan, kendi ayaklarının üstünde durabilecek özgüvenli bireyler olarak toplumsal alanda kendilerini yeniden var etmişlerdir.

Kadınların girişimci olarak toplumsal alanda kendi kimlik ve rollerini yeniden inşa etmesi elbette sahip oldukları bilgi ve donanımla da doğrudan ilgilidir. Bu anlamda kadınlar girişimcilik faaliyetlerine atılmadan önce süreci başarılı bir şekilde sürdürmek adına kendilerini geliştirmek durumundadır. Kadınlar bu anlamda girişimcilik alanıyla ilgili bilgi sahibi olmak, yetenek ve becerilerini geliştirmek ve faaliyetlere başlamak için yeterli donanıma erişebilmek adına çeşitli eğitimler alabilmektedir. Öyle ki, okuma yazma bilgisi olmayan kadınlar dahi bir girişim kurabilmek veya bu girişimlerden birinde çalışabilmek için eğitime girmektedir. Girişimci kadınlar, çevresinde onlar gibi olmayı arzulayan kadınlara ilham vererek veya istihdam sağlayarak kendilerini geliştirmeleri yönünde bir motivasyon kaynağı olmaktadır. Kadınların aldıkları eğitimlerle kendilerini geliştirmesi hem ülkedeki nitelikli kadın iş gücü oranını olumlu yönde etkilemekte hem de kadınların toplumsal alandaki görünürlüklerini arttırmakta ve konumlarını güçlendirmektedir.

Kadın girişimcilerin sosyal çevrelerinde örnek bir birey olarak yarattıkları etki, yalnızca girişimci olmak isteyen kadınlarda değil aynı zamanda aile bireyleri üzerinde de kendisini gösterebilmektedir. Girişimci kadın olmanın kişide yaratmış olduğu özgüven, bağımsızlık, öz yeterlilik, kararlılık gibi duygular özellikle anne olan girişimci kadınların çocuklarını da bu şekilde yetiştirmelerini sağlayarak daha sağlıklı ve gelişmiş nesiller oluşmasına da kaynaklık etmektedir.

2.2.3. Bireysel Yönden Kadın Girişimciliğinin Önemi

Belirli isteklerini gerçekleştirmek ve arzu ettikleri yaşam standartlarına ulaşmak isteyen kadınlar girişimcilik faaliyetleri ile bunları gerçekleştirme fırsatı yaratmaktadır. Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerin çeşitlilik göstermesi, onların girişimcilik sürecinden beklentileri üzerinde de etkili olmaktadır. Girişimci kadınların, istek ve beklentileri ne olursa olsun girişimciliğin kadınlar için bir çok olumluluk yarattığı yadsınamaz bir gerçektir.

Kadınları girişimcilik ile buluşturan bireysel faktörler arasında kişisel istek ve ihtiyaçlar çoğunlukla ön plana çıkmaktadır. Girişimcilik, girişimcilere herhangi bir üst güce hesap vermek zorunda kalmadan kendi kararlarını alabilme özgürlüğü sunan bir

alandır ve bu anlamda özellikle erkek üstünlüğünün daha fazla olduğu örgütsel yapılanmalarda çalışan kadınlar için oldukça çekici bulunmaktadır. Kontrol mekanizmalarının erkeklere ait olduğu ve kararların yalnızca erkekler tarafından alındığı bir yapı içinde çalışmak, kadınların kendilerini geliştirmeleri ve kariyerinde ilerleme kaydetmeleri yönünde engelleyici bir unsur olmaktadır. Bu durum kadınlarda özgüven eksikliği, motivasyon kaybı, iş yaşamına karşı isteksizlik duyma gibi çeşitli olumsuzluklara yol açmaktadır.

Kendine ait olmayan bir işletmede çalışmak aynı zamanda başkaları tarafından önceden belirlenmiş kurallar altında çalışmayı gerektirmektedir. Bu kurallar, işi ve ailesi arasında denge sağlamak isteyen kadınlar için kimi zaman zorlayıcı bir hal alabilmektedir. Özellikle hem çalışan kadın hem eş hem de anne rolünü birlikte sürdürmeye çalışan kadınlar için bu durum işten ayrılma sebebi dahi olabilmektedir. Ancak çalışma yaşamında bulunmayı sürdürmek isteyen veya maddiyata duyduğu ihtiyaç nedeniyle çalışmaya devam etmek zorunda olan kadınlar bu noktada girişimcilik alanına yönelebilmektedir. Kişinin kendi kendinin patronu olduğu girişimcilikte çalışma saatleri yine kişinin kendisi tarafından belirlenmektedir. Dolayısıyla girişimciliğin sunduğu avantajlardan biri olan esnek çalışma saatleri ile kadınlar hem girişimci kimlikleriyle iş yaşamında etkinliğini sürdürebilmekte hem de aile içi sorumluluklarını yerine getirebilmektedir.

Gelenekselliğe ait eril egemen anlayışlar, kadına yüklenen cinsiyetçi roller, toplumda kadınlara yönelik oluşturulmuş kalıp yargılar tarihsel süreçte kadınların çalışma yaşamında kendilerine bir yer edinmeleri önünde engel teşkil etmiştir. Geleneksel değer ve yargılar çerçevesinde stabilize edilen işgücü piyasaları kadını en değersiz emek konumuna sürüklemiş ve işverenlerin kolaylıkla işe alabileceği kolaylıkla da işten çıkartabileceği işgücünü oluşturmuştur (Yılmaz, 2018, s. 63). Öyle ki çoğu kadın iş bulma konusunda sıkıntı yaşamıştır. Bu noktada işsizlik kadınları kendi iş fırsatını kendilerinin yaratabildiği girişimcilik alanına itmiştir.

Kendi girişimlerini kuracak imkanı bulamayan kadınlar ise piyasa içerisinde kadınlara uygun sınırlı iş seçeneklerini göz önünde bulundurduğunda mevcut iş yerlerinde çalışmaya devam etmek zorunda kalmaktadır. Ancak söz konusu koşullar, kadınların iş yerlerinde işten çıkarılma korkusu taşıyarak güvensiz bir şekilde çalışmalarına neden olmaktadır. Özellikle kriz zamanlarında veya örgütsel küçülme kararlarında ilk gözden çıkarılan çalışanların kadınlardan olması bu korkuyu

beslemektedir. Kadınların tüm bu endişe ve korkulardan uzak sağlıklı bir ruh hali ile çalışma hayatında faaliyet göstermeye devam etmesi noktasında girişimcilik bir kez daha önem kazanmaktadır.

2.3. İŞ GÜCÜ OLARAK KADIN VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN GELİŞİMİ

Tarihsel süreçte kadınların çalışma hayatı içerisinde yer alma biçimleri, dönemin mevcut koşullarına bağlı olarak farklılıklar göstermiştir. Kadının doğası gereği çalışma yaşamına uygun görülmemesi onların emek piyasasında bir iş gücü olarak faaliyet göstermelerini uzun dönemler boyunca engellemiş ve kadınlardan sahip oldukları anne ve eş rollerine uygun olarak ev içinde üretim ve hizmetlerini sürdürmeleri beklenmiştir. Bu anlamda emek gücüne dayalı ücret kazanmak yalnızca erkeklerin sahip olabileceği bir hak olarak kendisini göstermiştir.

Kadının mevcut toplumsal konumunda değişim yaratan gelişmeler Sanayi Devrimi ile birlikte mümkün hale gelmiştir. Hızla yayılım gösteren sanayileşmeyle birlikte piyasada ucuz ve düşük maliyetli iş gücüne duyulan ihtiyaç da artış göstermiştir. Sanayi devriminden önce kadınlar geleneksel rollerinin fazlaca dışına çıkamamışlar, ücret karşılığında “işçi” statüsü ile çalışmaları sanayi devrimi ile mümkün olabilmiştir. (Özer ve Biçerli, 2003, s. 56). Ancak kadın iş gücünün ikincil planda tutulduğu bir dönemde kötü koşullar altında sarf ettikleri emeklerinin karşılığını düzgün bir şekilde alamayan kadınlar için süreç tatmin edici sonuçlar yaratmamıştır.

Kadınların iş gücü olarak çalışma yaşamına katılımında en belirgin değişimi yaratan olgu savaşlar olmuştur. Savaş zamanları erkeklerin asker olarak cephelerde savaşması erkek emek gücünün yoğun olduğu piyasada işçi açığı yaşanmasına sebep olmuş ve böylece kadınların, erkeklerin yerine geçerek bu açığı kapatmaları planlanmıştır. Savaşlarda verilen kayıplar ve mevcut işgücünün savaş sonrası çalışacak durumda olmaması gibi sebepler kadın iş gücüne duyulan ihtiyacı devamlı kılmıştır. Savaşlarının ardından kadınların çalışma yaşamına katılımın oranları giderek artış göstermiştir.

Kadınların kendilerini geliştirmeleri ve donanım kazanmaları, teknolojik gelişmeler, çalışma koşullarının iyileştirilmesi, evlilik yaşının toplumda yükselmesi ve doğum oranlarının azalması gibi faktörler, yaşanan bu artışta önemli rol oynamıştır. İş gücü piyasasında ekonomik bir aktör olarak ön plana çıkmaya başlayan kadınlar için bu olumlu koşullar altında çalışma yaşamı daha cazip bir hal almaya başlamış ve kadın iş

gücü, kadınların girişimci kimliğiyle kendilerine ait ve kontrolü elinde bulundurdukları iş yerleri açmalarına kadar varan bir gelişim kaydetmiştir.

2.3.1. Dünyada Kadın Girişimciliği

Savaş sonrası kadının iş gücü piyasası içerisinde giderek artan önemi, kadınların bu alanda daha çok faaliyet göstermelerine yönelik teşvik edici çalışmaların ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu amaç doğrultusunda bir araya gelen çeşitli topluluklar, ortaya çıkan kurumsal yapılanmalar, gerçekleştirilen eğitim ve konferanslar, uluslararası ölçekte imzalanan sözleşmeler bu çalışmaların somut örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu anlamda kadın iş gücüne yönelik 1946 yılında Birleşmiş Milletler Teşkilatı çatısı altında “Kadın Statüsü Komisyonu” kurulmuş ve dünyanın tüm ülkelerinde, özellikle savaş sonrası toplumlarda kadınların toplum yaşamına katılımındaki düzeyleri ölçmek bu komisyonun görevi olmuştur (Sipahi, 1997, s. 48). Bu amaç doğrultusunda komisyon üyesi ülkeler arasında kadınların toplumsal konumlarını belirlemek ve kadın iş gücünün kullanım düzeyini saptamak amacıyla bir takım çalışmalar gerçekleştirilmesi planlanmıştır. Kadınların yaşadıkları zorluklar ve toplumsal alanda karşılaştıkları engellere karşı çözümler üretmek üzere varlık gösteren komisyon, yürüttüğü çalışmaları dünyadaki tüm kadınları ilgilendiren geniş bir kapsamda ele alarak, bu problemlere evrensel çözümler sunmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir.

Kadın Statüsü Komisyonu tarafından gerçekleştirilen çalışmalar, toplumsal alanda ses getirmiş ve kadın-erkek eşitliğine yönelik farkındalıklar kamusal alanda kendisi göstermeye başlamıştır. Bu anlamda Birleşmiş Milletler tarafından 1975 yılının Dünya Kadınlar Yılı olarak kabul edilerek bu yılda kadınlar ve erkekler arasındaki eşitliğin artırılması, kadınların kalkınma çabalarının tümü içinde yer alması ve kadınların dünya barışının güçlendirilmesine katkıları yönünde yoğun faaliyetlerin yapılmasını amaçlaması (Aklar, 1993, s. 200) farkındalık çabasının bir göstergesi olmaktadır.

Kadınların toplumsal alanda gerek ekonomik gerek sosyal anlamda daha aktif olma noktasında yaşadıkları zorluklar, dünyada giderek daha çok dikkat çekmeye başlamış ve bu anlamda çoğu devlet ülkesi, kendini bu konuda geliştirebilmek adına çeşitli adımlar atmaya başlamıştır. Bu bağlamda belirli ülkelerde gerçekleştirilen kadın konulu çeşitli konferanslar, birçok ülkenin katılımıyla gerçekleştirilmiş ve bu konferanslarda alınmış kadınların toplumsal alanda görünürlüğünün artırılmasını ve daha

eşit bir düzen içerisinde yaşatılmasını hedefleyen çeşitli kararlar, çoğu ülkeler tarafından prensip edinilmiştir.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, kadınlara yönelik gerçekleştirilen çalışmaların kalıcılığını arttırmak adına tüm dünya ülkelerini kapsayan bir sözleşme hazırlamıştır. 1981 yılında imzaya açılan bu sözleşme ile katılım sağlayan ülkelerde “ülkede mevcut kadın erkek eşitliğini engelleyici yasaların ortadan kaldırılması, yaptırımcı güçler tarafından beslenen gelenekler, görenekler ve toplumların kültüründe bulunan kadınlarla erkeklerin birbirinden üstün olduğu anlayışının terkedilmesi, tüm bunların belirli yaptırımlar üzerinden toplumsal alanda kabulünün sağlanması” (Sipahi, 1997, s. 50) temel amaç olmuştur. Bu anlamda sözleşmede yer alan maddeleri eksiksiz şekilde uygulamakla yükümlü olan üye ülkeleri denetlemek, faaliyetlerini kontrol etmek amacıyla “Kadınlara Karşı Ayrımcılığın Ortadan Kaldırılması Komitesi” kurulmuştur.

Bu sözleşme ile kadının toplumsal alanda bir birey olarak, piyasa içerisinde ise iş gücü olarak daha aktif hale getirilme isteğinin yanı sıra kadınların bir lider konumunda yönetsel alanlarda da söz hakkına sahip olmalarını desteklemeye yönelik teşvik edici çalışmaların devletler tarafından uygulamaya konması gerekliliği kararlaştırılmıştır. Kadının gücünü ön plana çıkaran bir alan olarak kadın girişimciliği de bu anlamda kamusal alanda gördüğü desteği arttırmıştır. Girişimcilik kültürünün toplumsal alanda popülerlik kazanması ve kadın girişimciliğinin kamuoyu tarafından tanınıp benimsenmesi, 1980’li yılların “kadın girişimciliği on yılı” (Narin vd, 2006, s. 69) olarak adlandırılmasıyla resmiyet kazanmıştır. Ek olarak 1991 yılında Moskova’da toplanan Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Konferansı kararlarının on üç tanesi kadının girişimci, yönetici, lider vasıflarının geliştirilmesini konu alan maddelerden (Sipahi, 1997, s. 50) oluşması kadın girişimciliğin toplumsal alanda giderek artan önemini kanıtlayan bir başka gelişme olmuştur.

Tüm bu gelişmeler, kadın girişimciliği oranında ciddi artışlar şeklinde bir dönüş sağlarken, bu artışların bir çok nedene bağlı olarak kendisini gösterdiğini öne süren çalışmalar mevcuttur. Avrupa Komisyonu Eşit Fırsatlar Birimi tarafından bu yükselişin nedenleri; kadınların iş kurma konusunda daha iyi eğitim almaları ve bilgi sahibi olmaları, iş kurmanın işsiz kalma riski ile yaşamaktan daha iyi bir seçenek olarak görülmesi ve kadınların özellikle girişimciliğe teşvik edilmeleri, cam tavan etkisi altında kalan kadınların hiyerarşinin üst basamaklarına yükselememeleri konusunda karşılaştıkları zorluklar gibi faktörlere bağlanmaktadır (Gürol, 2006 akt. Arıkan, 2013, s. 29).

Bu anlamda kadını girişimciliğe zorunlu olarak yönlendiren dışsal faktörlerin yanı sıra kadın doğasına özgü ve kadını girişimcilik alanında cesaretlendiren içsel faktörlere dikkat çeken Hisrich ve Brush (1989), çalışmalarında bu faktörleri önem sırasına göre bağımsızlık, iş tatmini, kendini gerçekleştirme, fırsatlar, para, bir kurum veya toplum içindeki saygınlık, güç, ekonomik zorunluluk, kariyer güvenliği olarak belirtmiştir (akt Narin vd, 2006, s. 70).

1990'larda kadın girişimciliği alanında yaşanan olağanüstü artış, Amerika'da gerçekleştirilen çalışmalarla niceliksel olarak ortaya konmuştur. Amerika'da kadın girişimciler tarafından yönetilen işletmelerin sayısı 1977 yılında 1,9 milyon civarındayken bu rakam 1985'te 3.7 milyona kadar artmış; kadınlara ait küçük işletmelerin sayısı 1970'lerden önce %5'den az bir oranda varlık gösterirken 1990'lara gelindiğinde bu rakam %28'lere ulaşmayı başarmıştır (Hisrich, 1989, s. 184).

Çoğunlukla eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler, gıda, perakende ve hizmet sektörü içerisinde genellikle küçük ölçekli işletmelerle ön plana çıkan kadın girişimciliği, kendisini geliştirmeye, ekonomik ve toplumsal alanda yaygınlık kazanmaya hızlı bir şekilde devam etmektedir. Günümüzde geleneksel rollerinden sıyrılarak üretim zincirinin bir parçası olarak iş gücü piyasası içinde varlık gösteren kadınların kurdukları girişimler, bir çok kişiye sunduğu istihdamla ve milli hasılaya sağladığı katkı ile önemini giderek arttırmakta ve gelişimine yönelik gösterilen çabaları kuvvetlendirmektedir.

2.3.2. Türkiye'de Kadın Girişimciliği

Türkiye'de kadın girişimciliğinin gelişimsel serüveni incelendiğinde Türk toplumunda kadınların girişimci kimlikleriyle piyasa içerisinde ekonomik faaliyetlerde bulunmasının fazla eskilere dayanmayıp ancak yakın tarihlerde mümkün hale geldiği söylenebilmektedir. Bu anlamda gelenek, görenek ve kültürlerine bağlılık gösteren ve dolayısıyla da toplumsal değişimlere kapalı geleneksel bir toplum yapısı sergileyen Türkiye'de, kadın girişimciliğine yönelik dünyada yaşanan gelişmelerin paralel şekilde ilerlediğini söylemek mümkün değildir.

Her ne kadar kadın girişimciliğinin gelişmiş ülkelerde ulaştığı gelişimsel boyutun Türkiye'de aynı seviyede olmadığı belirtilse de kadın girişimciliğinin Türkiye'deki ilk örneklerinin Osmanlı döneminde kendisini gösterdiğini bu anlamda toplum olarak kadın girişimciliğine yabancı olunmadığını söylenebilmektedir. Altındal (1994), Türkiye'de kadın girişimciliğinin ilk örneklerini temsil eden bu oluşumları

aktarıırken kendine ait bir işletmesi olan Fatma isimli kadından, işletme sahipliği çoğunlukla kadınlara ait olan iplik atölyelerinden, fırın ve değirmen sahibi kadınların varlığından bahsetmekte, bunlara ek olarak padişah fermanlarında çamaşır dükkanı işleten ve köle ticareti yapan kadınların sayıca az da olsa var olduğunu belirtmektedir (Erdem ve Yiğit, 2013, s. 82).

13. yüzyılda kadınların iş sahibi olmaları için Kırşehir, Kayseri, Konya gibi şehirlerde kurulan Bacıyan-ı Rum (Anadolu Bacıları) isimli örgüt altında toplanan kadınların el sanatlarının yanında kentlerdeki iş yaşamına da katıldıkları görülmektedir (Altındal, 1994 akt. Arıkan, 2013, s. 30). Hem Anadolu’da hem de dünyada kurulan ilk kadın teşkilatı olan Bacıyan-ı Rum bünyesinde genellikle “el sanatları, misafir ağırlama, askeri-siyasi faaliyetler, tasavvufi faaliyetler ve İslamlaştırma faaliyetleri” (Erdem ve Yiğit, 2013, s. 23) gerçekleştirilmiştir.

Osmanlı’da gerçekleşen ticari faaliyetlerin çoğunlukla yabancı azınlıklar tarafından gerçekleştirilmesi kadınlara bu alanda kendilerini gösterme fırsatı yaratmamış ve kadınlar bu tür faaliyetlerin dışında bırakılmıştır. Türkiye’de kadının statüsünün yükseltilmesi gereği düşüncesi, ilk kez 19. yüzyılda Tanzimat Hareketi ile başlamış, 2. Meşrutiyet’ten sonra da dönemin aydınları, kadının siyasi ve sosyal hayatta aktif olarak yer almamasına büyük tepki göstermişlerdir (Sipahi, 1997, s. 53).

Bu gelişmeler, Türk tarihinde kadının toplumsal konumunun iyileştirilmesi ve gerek ekonomik gerek sosyal boyutta daha aktif hale getirilmesinin değerli bir çabasını ifade etse de kadınların hak ettikleri standartlara ulaşmasının ve hukuksal anlamda daha eşit koşullarda yaşamasının önünü açan gelişme Cumhuriyetin ilanı olmuştur. Cumhuriyetin ilanı sonrası kadınlara tanınan haklar sonucu siyasi, ekonomik ve sosyal anlamda kadın ve erkek eşitliği kendisine yasal bir zemin bulmuş ve kadın iş gücünün piyasada daha çok yer almasına yönelik önemli adımlar atılmıştır.

Kadınlar ekonomik birer aktör olarak çalışma yaşamında ağırlığını giderek arttırırken kamusal alanda kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik çalışmalar çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yürütölmeye başlanmıştır. Ülkemizde kadın girişimciliği konusu ilk kez 1992 yılında kapsamlı bir şekilde ele alınmış ve kadın girişimciliğinin özendirilmesi, eğitim ve kredi verilmesi, örgütlenme ve destek hizmetlerinin sağlanması sorunları üzerine durulmaya başlanmıştır (Tütek, 1998, s. 255 akt. Arıkan, 2013, s. 31)

Türkiye’de kadınlar için bir çok açıdan giderek daha cazip bir alan haline gelen ve bu anlamda faaliyette bulunan kadınların sayısının hızla yükseliş gösterdiği girişimciliğin gelişiminde Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlar tarafından konuya yönelik izlenen politikalar da etkili olmuştur. Bunun yanı sıra ülkede meydana gelen ekonomik dalgalanmalar ve yaşanan krizler sonucu işten çıkarılmaların yaşanması, ev ekonomisinde erkeğin gelirinin yeterli gelmemeye başlaması, ekonomik değişkenlere bağlı olarak uygulanan politikalarda meydana gelen belirsizlikler de kadınları girişimcilik faaliyetlerine yönlendiren itici faktörlerden olmuştur.

Zorunlu olarak veya kendi isteğiyle, toplumda geleneksele ait ayrımcı izlerin hala kendisini gösterdiği bir düzende girişimci olma cesaretinde bulunan kadınların bu anlamda takdir edilesi olduğu ve bu cesur atılımları girişimci olmak isteyen tüm kadınların gerçekleştirebilmesine yönelik destekleyici uygulamaların kamusal alanda hızla arttırılması gerektiği bir gerçektir. Ülke ekonomisinin kalkınmasında ve gelişiminde oldukça önemli bir değeri ifade eden kadın girişimciliğinin aynı zamanda iktisadi ve sosyal alanda uzun vadede sağladığı olumluluklar göz önünde bulundurulduğunda bu gerçeğin önemi daha net şekilde ortaya konmaktadır.

2.3.3. Dünyada ve Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Karşılaştırılması

Dünyada ve Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımı ve girişimcilik faaliyetlerinde bulunma oranlarında yaşanan değişimler üzerinden, kadın girişimciliği sürecinin karşılaştırmalı olarak ele alınması, ülkemizde kadın girişimciliğinin bulunduğu noktanın daha iyi anlaşılması için faydalı olacaktır.

Kadın girişimciliğinin ekonomideki kayda değer rolünün kendisini daha kuvvetli bir biçimde göstermeye başlaması ile birlikte Türkiye’de dahil olmak üzere tüm dünyada kadın girişimciliğinin önemine yönelik bilinç artmış ve bu bağlamda kadınların girişimcilik alanında faaliyetlerini arttırmayı, süregelen faaliyetleri desteklemeyi, toplumu bu alanda bilgilendirmeyi amaçlayan çalışmalar arttırılmıştır. Kadın girişimciliğinin gelişmesine yönelik planlanan uygulamalar tarihsel süreçte giderek artış kaydetse de bu uygulamaların tüm dünyada eşit düzeyde seyrettiğini söylemek mümkün değildir. Kadın girişimciliğine verilen önem ve kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik çabalar gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında farklılık göstermektedir.

Bu farklılar arasında en çok öne çıkan ise dünya ülkelerinde kadın ve erkek iş gücünün birbirlerine oranıdır. 2010 yılı Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine

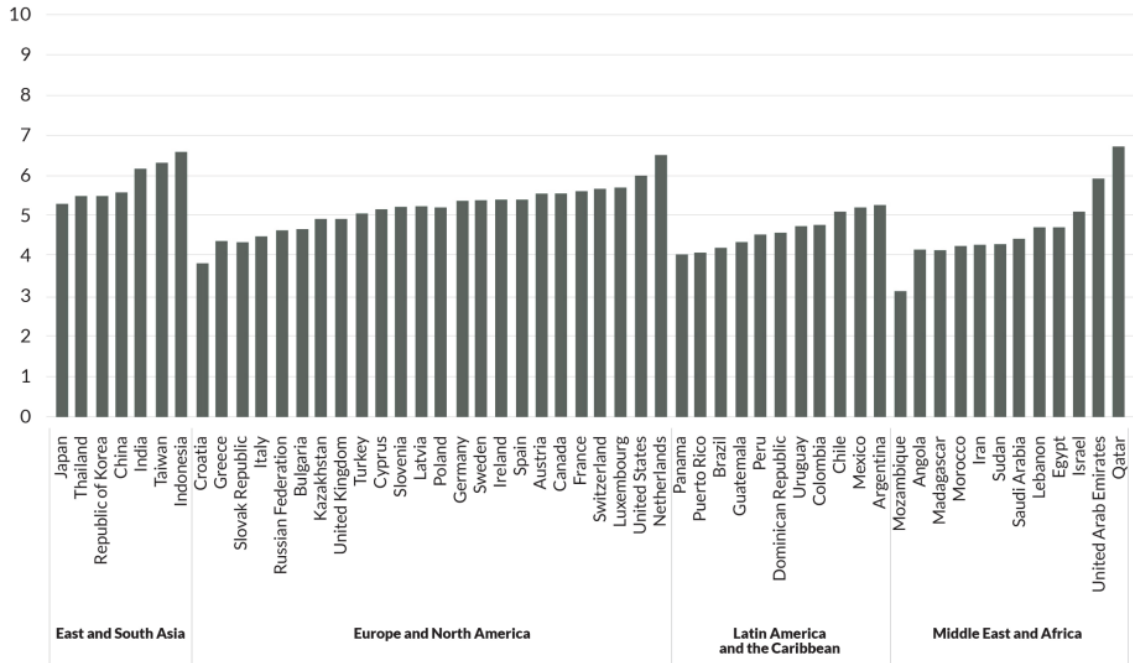
göre 15 yaş üzeri kadınların işgücüne katılma oranlarına bakıldığında Avrupa Birliği ülkelerinde, Latin Amerika’da ve Karayipler’de % 53, Güney Asya’da ise bu oran % 50, Türkiye 2012 verilerine göre ise bu oran % 29.5 olmakta, 2013 yılında % 31.8’e yükselmektedir. 2017 yılında ise oranlar üzerinde belirli değişim olmamıştır. (Demir, 2015; Gültekin, 2018, s. 94-95).

KAGİDER tarafından sağlanan 2005 yılında ait veriler üzerinden değerlendirme yapıldığında Türkiye’de mevcut kadın girişimci oranı, OECD ülkeleri ve Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında oldukça düşük düzeydedir. Kadın girişimciler, Türkiye’deki 3 milyona yakın kadın iş gücü içerisinde yalnızca 0.7’lik bir grubu temsil ederken işverenlerin yüzde 12.5’i, kendi hesabına çalışanların da yüzde 10.8’i kadınlardan meydana gelmektedir (Öğüt, 2006: 70). Ülkelerin girişimciliği destekleyen koşullarını değerlendiren ulusal girişimcilik durum endeksi (NECI) hesaplamasında bu koşullar 12 farklı kriter (Tablo 2.2) üzerinden ölçümlemlenip değerlendirildiğinde ise Türkiye 5.1 skor puanı ile Avrupa ve Kuzey Amerika bölgesi içinde 3. sırada olup ortalama bir seviyede konumlanmaktadır (Şekil 2.1). Bu verilere göre girişimcilik aktivitesi açısından yoğun, iş fırsatı yaratma beklentilerinin de yüksek olduğu bir ülke olan Türkiye, halen kadın girişimcilerin erkeklere oranı açısından geri kalan altı ülkeden biri olmaktadır.

Tablo 2.2: Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi (NECI) Türkiye Sonuçları

KRİTERLER	TÜRKİYE NECI Skorları (ağırlıklı ortalama)	Türkiye NECI Sıralama: /54	Global Girişimcilik İzleme (ortalama skor)
Girişimcilik Finansmanı	4.76	21	4.29
Devlet politikaları: destek ve uygunluk	4.54	24	4.37
Devlet politikaları: vergiler ve bürokrasi	3.47	36	3.88
Devlet: Girişimcilik programları	4.18	32	4.49
Okul çağı Girişimcilik Eğitimleri	2.76	35	3.14
Okul sonrası evre Girişimcilik Eğitimleri	5.05	20	4.79
ARGE Transferi	4.50	14	3.95
Ticari ve hukuki altyapı	5.53	13	4.90
İç Pazar Dinamikleri	6.22	10	5.27
İç Pazar Kısıtları	4.19	28	4.20
Fiziksel Altyapı	6.07	36	6.32
Kültürel ve Sosyal Normlar	5.00	24	4.84

Kaynak: Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi Araştırma Raporu, Türk Tuborg A.Ş & KAGİDER, 2019, s. 12.

Şekil 2.1: Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi (NECI) Dünya Sonuçları

Kaynak: Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi Araştırma Raporu, Türk Tuborg A.Ş. & KAGİDER, 2019, s. 11

2020 yılında kadınların iş gücüne katılım düzeyi ciddi bir artış yakalarken bu artış erkek iş gücünün artış oranından dört kat büyük bir kadın iş gücü artışını ifade etmektedir. TOBB Başkanı, Türkiye'nin Girişimci Kadınlar Günü Buluşmaları etkinliğinde yapmış olduğu açıklamalara göre (Milliyet, 2020) 2009'da tüm girişimciler içinde kadın girişimcilerin oranı yalnızca %6 iken bu oran %10'u geçerek büyük bir artış kaydetmiştir. 10 yıl içerisinde 77 binden 142 bine kadar çıkan kadın girişimci sayısı, Türkiye'nin kadın girişimciliği alanında iki katına çıkan bir büyüme gösterdiği anlamı taşımaktadır.

Her ne kadar kadının iş gücüne katılımı ve kadın girişimciliğinin küresel çapta gelişimine yönelik gerçekleştirilen araştırmalarda ortaya çıkan rakamsal veriler, Türkiye'nin bu konuda gelişmiş ülkelere daha geride olduğunu hatta kimi zaman oldukça alt sıralarda yer aldığını gösterse de son dönemlerde kadın iş gücü sayısında yaşanan hızlı yükselişler, ülkemizde kadın girişimciliğinin geliştirilmesine ve kadın girişimci sayısının arttırılmasına yönelik çabaların yoğunlaştırılarak sürdürüleceğine olan inancı yükseltmektedir.

2.4. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ ÖNÜNDEKİ ENGELLER

Tarihsel süreçte kadın girişimciliğinin gelişiminde büyük mesafeler kat edildiği ve kadın girişimci sayısının giderek artış gösterdiği görülmektedir. Ancak kadın girişimciliğinin toplumsal ve ekonomik anlamda sağladığı faydalar ve ülke kalkınmasında oynadığı kayda değer rol göz önüne alındığında bu denli önemli faaliyetlerin yeterli seviyede gerçekleşip gerçekleşmediği sorusu ön plana çıkmaktadır.

Girişimcilik, cinsiyet ayırt etmeksizin bu alanda faaliyet gösteren tüm bireylerin bir çok zorlukla mücadele ettiği ve başarıların kolay elde edilmediği bir süreci ifade etmektedir. Ancak kadının toplumsal konumu ve bu konuma bağlı olarak üstlenmek zorunda olduğu belirli sorumluluklar kadınların bu alanda ilerleme kaydedebilmek adına daha çok çabalamasını gerekli kılmıştır.

Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde rol almasını engelleyen herhangi bir yasal düzenleme bulunmamasına karşın, kadın girişimciler uygulamada özellikle sosyokültürel açıdan bir takım engellerle karşılaşmaktadırlar ve bu doğrultuda kendi işini kurmak isteyen kadınların karşılaştıkları engellerden bazıları şu şekilde açıklanmaktadır (Tekin, 2005 akt. Arıkan, 2016, s. 143):

- Kadınların aile hayatı ile iş hayatını dengeli bir şekilde yürütebilmelerini sağlayacak desteklerden mahrum kalmaları ve bu konuda sağlanan teşvik ve desteklerin yeterli seviyede bulunmaması,
- İş hayatında işverenlerin istihdamda öncelikle erkekleri tercih etmeleri ve kadınların iş hayatında verimli olamayacağına yönelik düşüncelerin var olması,
- Kadının ev dışında çalışmasının toplumda hoş karşılanmaması,
- Evde aile reisinin erkek olduğu ve öncelikle erkeğin iş sahibi olması gerektiği yönündeki inanışlar.

Kadın girişimciliği önünde engel teşkil eden bu durumların detaylı biçimde açıklanması, kadınların girişimcilik eğilimlerini yükseltmek ve girişimcilik alanında daha aktif olabilmelerini sağlamak adına önem taşımaktadır. Bu anlamda kadınlar üzerinde baskılar yaratarak onları çalışma yaşamının dışına iten faktörler, toplumsal cinsiyet ve ayrımcı tutum, toplumsal rollerin yarattığı çatışmalar, eğitim ve donanım eksikliği, kadın girişimciliğine yönelik bireysel ve sosyal algı, kaynaklara erişim noktasında yaşanan sıkıntılar ve örgütsel yapılanmalardaki problemler üzerinden ele alınacaktır.

2.4.1. Toplumsal Cinsiyet ve Ayrımcı Tutum

Kadının toplumsal konumuna yönelik toplumda mevcut geleneksel düşünce ve anlayışlar her ne kadar bilim, teknoloji, küreselleşme gibi gelişmelerle toplumsal alandan uzaklaşmış görünse de bu inançların kökten ortadan kalktığını söylemek mümkün değildir. İnsanların uzun yıllar boyunca sahip oldukları bu inançların etkisi günümüzde de kendisini göstermeye devam etmektedir. Geleneksel anlayışta insanların toplumsal konumlarının ve ekonomik ve sosyal alanda ne derece aktif faaliyet gösterebileceklerinin belirleyicisi cinsiyettir. Öyle ki bu anlayışta kadınlara yönelik toplumda süregelen kanılar, kadınların gerek sosyal yaşamları gerek çalışma hayatları üzerinde belirleyici olma özelliğini sürdürmektedir.

Gelenek, görenek ve kültürel değerlere bağlılığın yoğun olduğu Türkiye’de kadının ekonomik ve sosyal faaliyetleri üzerindeki bu belirleyiciliğin, belirli coğrafyalarda etki düzeyini arttırdığını söylemek mümkündür. Türkiye’nin bölgesel bazda değişiklikler gösteren sosyal ve kültürel yapısı bu değişime kaynaklık etmektedir. Bu anlamda ikili bir sosyal ve kültürel yapıya sahip olan Türkiye’de, Büyükşehirler ile Ege ve Akdeniz kıyı kentlerinde kadının çalışma hayatına katılımını destekleyici modern ve Avrupalı bir anlayış varken, Doğu illerinde, küçük kasabalarda ve kentlerin dış çevrelerinde geleneksel inanç ve düşüncelerin sürdürüldüğü görülmektedir (Hancı, 2004, s. 42; Özkaya, 2009, s. 59). Bu durumda bazı kadın girişimcilerin bu süreçte bölgesel dezavantaja sahip oldukları ve buna bağlı olarak bir takım sınırlamalara maruz kaldıkları söylenebilmektedir.

Kadın girişimciliğinin gelişimi önünde engel oluşturan bu sınırlamalar içerisinde cinsiyet farklılıklarına dayanan toplumsal kabuller ön plana çıkmaktadır. Gelenekselliğe ait erkeğin kadından üstün olduğu düşüncesi, kadının özel hayatında olduğu gibi çalışma yaşamında da baskılayıcı ve sınırlayıcı bir unsur olmuştur. Erkeğin kadından daha üstün olduğu çünkü kadının çalışmak ve ev harici bir alanda üretim gerçekleştirmek için yeterli donanımına erişemeyeceği, kadının yalnızca aile içinde eşine ve çocuklarına hizmet sunması gerektiği anlayışı üzerine kadınlar, başkaları tarafından kendileri adına en uygun olduğu kararlaştırılan ev içi mekanlarında yine kendileri için önceden planlanmış faaliyetleri gerçekleştirmek adına toplumsal alanın çoğunlukla dışında kalmıştır.

Kadını kısıtlayan ve kadının toplumsal konumunda ilerleme kaydetmesini engelleyen söz konusu geleneksel anlayışlar yalnızca evdeki kadınlar için değil, çalışma yaşamına sahip olan kadınlar üzerinde de olumsuz etkiler yaratmaktadır. Kendi girişimini

kurarak girişimci kadın kimliği kazanmış ve toplumda bir statü sahibi olmuş kadınların dahi bu anlayıştan zarar görmeleri, toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcı tutumların ulaştığı boyutları daha net ortaya koymaktadır.

Girişimcilik, insanların birbirleriyle yoğun olarak iletişimde bulunduğu, bu anlamda kendi içerisinde sosyallikler barındıran kapsamlı bir alandır. Ancak kadınların, sadece kadın oldukları için maruz kaldığı ayrımcı tutumlar ve kadına yönelik kalıplaşmış önyargılar, iş yaşamında sağlıklı iletişimler kurma ve network ağını genişletme noktasında problemler yaratmaktadır. Kadınların ücretli iş gücü olarak çalışma yaşamına atılmalarının erkeklerden çok daha sonra mümkün olması ve bu nedenle erkeklerin bu alanda daha etkin ve deneyimli olmalarıyla egemenliği ellerinde bulundurmaları sonucu kadınların iş hayatına bir çok yönden dezavantajlı şartlarda başlangıç yaptıkları bir gerçektir. Kadının sosyal iletişim alanını genişletememesi, rekabetin yüksek seviyede olduğu piyasa içerisinde rakiplerine karşı geri planda kalmasına ve girişiminin büyüme göstermesinde engel yaratmaktadır.

2.4.2. Toplumsal Rollerin Çatışması

Hangi toplum ve kültürden olursa olsun kadınlar, bir çok farklı toplumsal role sahip olup bu rollerin gerektirdiği sorumlulukları yerine getirme gerekliliği ile kendisini toplumsal yaşamda var etme çabası içerisinde olmuştur. Tarihsel süreçte uzun yıllar boyunca varlık gösteren geleneksel ve kültürel değerlerden beslenen toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü, günümüz koşullarında da kadınların toplumsal rollerinin belirlenmesi üzerindeki etkinliğini sürdürmektedir. Kadınların çalışma yaşamına katılımlarının önünde kanun ve yasalar çerçevesinde herhangi bir engelleyici unsur bulunmamasına rağmen kadınların ev harici bir yerde ücret karşılığı emek göstermeleri toplum tarafından hoş karşılanmamaktadır.

Toplumda kadına yönelik tüm bu baskıcı ve sınırlayıcı geleneksel anlayışlara rağmen çalışma yaşamına katılan kadınlar, yine toplumdaki anlayışa göre bir yandan yalnızca kadınların yapmakla yükümlü olduğu çocuk bakmak, temizlik yapmak, yemek pişirmek gibi ev içi hizmetleri gerçekleştirirken bir yandan da çalışma hayatında da varlık göstermeye devam etmek için çaba sarf etmektedir. Cinsiyet farklılığından doğan bu adaletsiz iş bölümü içerisinde erkek çoğunlukla ev dışında ücretli emek gücü olarak çalışıp eve dönüşünde bu emeklerinin karşılığında dinlenme hakkına sahip olurken, kadınlar hem çalışıp hem çalışma yaşamından kalan zamanlarında evde kendisini

bekleyen işlerle ilgilenmek zorundadır. İki tarafın da çalıştığı ailelerde erkek, ev işlerinden sorumlu olmayıp kendi inisiyatifi ile eşine “yardımcı” olmayı seçebilir ancak kadının yardım beklentisi olmadan bu adaletsiz iş bölümü içerisinde kendi başına işlerin üstesinden gelmesi beklenmektedir.

Kadınların bir girişimci, bir eş veya bir anne olarak sahip olduğu birden fazla rol ve bu rollerin beraberinde getirdiği iş yükü, kimi zaman bu yoğun tempo içerisinde onların enerjisini düşürmekte ve ailesi ile işi arasında dengeyi sağlama noktasında problem yaratmaktadır. Girişimciliğin avantajlarından biri olarak öne çıkan ve bu anlamda özellikle söz konusu sorunları yaşayan kadınlar tarafından daha çok tercih sebebi olan girişimcilik, işletmesini geliştirme ve büyütme arzusunda olan kadınların da bu dengeyi kurma noktasında zorluk yaşadığı bir alan olabilmektedir. Dolayısıyla cinsiyet farklılığından doğan toplumsal iş bölümü, girişimcilik alanında da kendisini gösterirken kadın girişimciliğinin gelişimini ve başarı oranını düşürmektedir.

2.4.3. Eğitim ve Donanım Eksikliği

Cinsiyet farklılıklarından doğan kadına yönelik geleneksel anlayış ve inançların kadınların toplumsal konumu üzerinde yarattığı olumsuz etkiler şüphesiz eğitim hayatlarında da kendisini göstermektedir. Kadınların çalışma yaşamına ait olmadığına dolayısıyla herhangi bir eğitim almalarının gerekli bulunmadığına yönelik anlayışlar kadınların eğitim alarak bilgi ve beceri düzeylerini arttırmalarına ve bu kazanımlarını ücret karşılığı emek piyasası içinde kullanmalarına izin vermemiştir. Kadınları çalışma yaşamından mahrum bırakan nedenler, kadınların erkeklere oranla iş yaşamında niçin daha kısa bir süredir varlık gösterdiğini açıklayan nedenlerden biri olmaktadır.

Girişimcilikte başarılı olmayı sağlayan faktörlerden biri girişimciliğe yönelik mesleki bilgi, beceri ve deneyim olmakta ve kadın girişimciler, bu yönden piyasa içerisinde erkeklerin gerisinde kalmaktadır. Bu duruma sebebiyet veren bir diğer değişken de eğitimlerin kalitesi, amaçları ve biçimleri ile doğrudan ilişkili olmaktadır. Eğitim kursları günümüzdeki haliyle kadınların yaratıcılıklarını geliştirmek, bağımsız çalıştırmaya özendirmek gibi güdüleyici işleri yerine getiren kurumlar olmaktan çok onları geleneksel kadın rollerine ve bu yöndeki iş ve mesleğine hazırlayan kurumlardır (Özyılmaz, 2016, s. 55). Bu amaç doğrultusunda kadınlara verilen eğitimler, onlara kendilerine yeni bir iş fırsatı yaratma, yenilik üretme gibi girişimciliğin doğasına uyumlu

olarak kendilerini geliştirmelerini ve girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarını büyük ölçüde mümkün kılmamaktadır.

Küresel çapta büyük bir soruna işaret eden eğitim fırsatlarının toplumda eşit düzeyde dağılım göstermediği gerçeği, girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınların bu süreçte erkek girişimciler kadar sağlıklı bir gelişim kaydedememesine neden olmaktadır. Kadın girişimcilerin yeteri kadar erişim sağlayamadığı eğitim olanaklarından edinebildikleri bilgi ve beceri düzeyi, sürekli olarak yenilenen ve dönüşen bilginin sınırlarını giderek genişlettiği günümüz dünyasında yeterli gelmemekte; zorlu piyasa koşulları içerisinde girişimci kimliği ile ekonomik birer aktör olarak varlıklarını sürdürmelerini güçleştirmektedir.

2.4.4. Bireysel ve Sosyal Algı

Kadınların çalışma yaşamına geç katılmalarından kaynaklanan deneyim ve bilgi eksikliği toplumda bir takım önyargıların oluşumuna sebebiyet vermektedir. Erkek girişimcilerin sektör içerisinde uzun zamandır faaliyet göstermeleri ve bu nedenle mesleki bilgi ve deneyim açısından piyasa koşullarına daha hakim olmaları, kadınların erkek egemenliği altındaki bu alanda başarı sağlayamayacaklarına yönelik önyargıları kuvvetlendirmektedir.

Yetersiz bilgi ve tecrübeyle girişimcilikte başarılı olamayacakları düşünülen kadınlar, nitelikli çalışan bulma noktasında da problem yaşamaktadır. Erkek çalışanlar, kadınların yetersiz olup hem işletmesine hem de çalışanlarına bir fayda sağlayamayacağı düşüncesinden, hem de bir kadın yönetici altında çalışmanın ve kadınlardan emir almanın erkek olmanın doğasına aykırı olduğuna dair eril zihniyetten hareketle kadın girişimcilerle çalışmayı tercih etmemektedir. Bu durum kadınların işletmesi adına nitelikli iş gücüne ulaşmaları açısından ciddi bir probleme neden olmaktadır.

Kadının toplumsal konumu, onun girişimci olmaya uygun olmadığına yönelik kanılarla kendisini yeniden inşa ederken, söz konusu olumsuz durumlara rağmen girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınlar sosyal çevreleri tarafından yeterli desteği göremeyebilmektedir. Kadın girişimcilerin yetersiz bilgi ve deneyimle başarılı olacaklarına yönelik duyulan güvensizlik, kadın girişimciliğinin kadına ekonomik bağımsızlık sağlayacak bir faaliyet olmaktan çok kadınların bir takım ihtiyaçlarını gidermeye yarayacak bir gelir getirisiyle boş zamanlarını geçirebilecekleri bir hobi alanı, bir macera arayışı olarak görülmesine neden olmaktadır. Bu anlayışa göre kadınlar, ev

işlerini aksatmamak koşuluyla kalan zamanlarında eşinin izni dahilinde kendilerine ait olan işletmelerinde vakit geçirebilmekte ve küçük tatminlerle çalışan ve üreten kadın olma arzularını dizginleyebilmektedirler.

Kadın girişimcilere karşı hem sosyal çevrede hem de piyasa içerisinde duyulan güvensizlik ve temkinlilik hali, kadınların faaliyetlerini yürütme noktasında neyi nasıl yapmaları gerektiğine yönelik etraflarına çok fazla yönlendirici belirmesine neden olmaktadır. Kadınların girişimcilik alanında daha deneyimsiz olmaları ve buna bağlı olarak bilgi ve tecrübe açısından erkeklere oranla daha düşük seviyede başlangıç yapmaları nedeniyle çevrelerindeki kişiler tarafından kafa karışıklıklarına sebebiyet veren yoğun tavsiyelere maruz kalmaktadır. Sosyal çevrenin, sadece kadın oldukları ve tek başlarına başarılı olamayacakları düşüncesinden hareketle kadın girişimcilerin faaliyetlerine karışarak bu faaliyetler üzerinde belirleyici olması, işlerin planlanan şekilde yürütülmesini engellemekte ve girişimin başarısını olumsuz etkilemektedir.

Kadının girişimci olma fikrini ürettiği andan girişimcilik faaliyetlerini sürdürmesine kadar sürecin tamamı üzerinde etkisini gösteren bu olumsuzluklar toplumun kadını algılayış biçiminin ötesinde kadının kendi benliğini algılayış biçimini de etkilemektedir. Girişimcilik süreçlerinde yalnızca kadın olmalarından doğan sorunlarla uğraşarak ekstra çaba sarf etmek zorunda kalan ve çevrelerinden bu anlamda yeterli destek göremeyen kadınlar tükenmiş sendromuna girebilmektedir. Sürecin yıpratıcılığı, kadına empoze edilen başarısız olacağı düşüncesi ile birleşerek kadınlarda özgüven düşüklüğü yaratmaktadır. Girişimci kişilik özgüven üzerinden inşa edilirken girişimcilerin sahip oldukları özgüvenle hareket ederek dinamik, atılgan, korkusuz ve lider konumda olmaları beklenmektedir. Bu anlamda kadın girişimcinin kendine olan güvenini kaybetmesi, risk alma ve tehlikeli durumlarla baş edebilecek cesaretini yitirmesi, kendini geri planda tutması gibi girişimci anlayışa aykırı durumlar, kadın girişimciliğinin gelişiminde tehlike arz etmektedir.

Söz konusu mevcut problemlerin yanı sıra kadın girişimciliğinde karşılaşılan bir çok sorun, kimi zaman girişimcilik alanında faaliyet göstermeyi planlayan kadınları bu alandan uzaklaştırırken kimi zaman halihazırda girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınların pes etmesine ve geri çekilmesine neden olmaktadır. Oysa ki kadın girişimciler, pes etmeyen güçlü duruşlarıyla toplumdaki diğer kadınlara bir ilham kaynağı olmalı ve kadının isterse başarabileceğinin toplumsal alanda somut birer kanıtını simgelemelidir. Böylece kendilerine rol model aldıkları kadın girişimciler sayesinde kadınların kendine

güveni artabilecek ve girişimcilik alanına katılan kadınların çoğalmasıyla kadın girişimciliği gelişimini sürdürebilecektir.

2.4.5. Finansal Kaynaklara Erişim

Girişimler, ekonomik kalkınmanın ve büyümenin sağlanmasında anahtar rol oynamaktayken kendi varlığını ortaya koyabilmek ve bu faydayı devamlı kılabilmek adına sahip oldukları finansal kaynakların yeterli düzeyde olması dolayısıyla finansal kaynak sunan destek imkanlarından sorunsuzca faydalanabilmesi gerekmektedir. Gerek kadın girişimciler gerek erkek girişimciler faaliyetlerini başlatmak ve büyüme göstermek adına bu kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Ancak çoğu durumda olduğu gibi finansal anlamda yeterlilik sağlama noktasında da kadınların erkeklerden daha yoğun bir çaba sarf etmesi gerekmektedir.

Kadın girişimciler, girişimlerini kurarken çoğunlukla aile ve bireysel birikimlerini kullanmaktadır. Bunun nedeni ise girişimcilerin finansal ihtiyaçlarını destekleyecek kredilerin kadınlar tarafından kolay ulaşılabilir olmamasıdır. Bayraktaroğlu ve Uluköy tarafından (2014) gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre; kadın girişimcilerin işletmelerinin kuruluşlarında ağırlıklı olarak öz kaynak kullandıkları, KOSGEB ve mikro kredi imkanlarından çok az faydalandıkları görülmüştür (Arıkan, 2016, s. 144). Kadınların finansal kaynak olarak zorlayıcı şartlara sahip kredi desteklerine ulaşma noktasında yaşadıkları problemler, girişimlerini oluştururken mevcut birikimlerini kullanmalarına ve bu doğrultuda daha küçük ölçekli bir işletmede sınırlı imkanlarla faaliyet gerçekleştirmelerine neden olmaktadır.

Bu durumu destekleyen bir başka çalışmada özellikle Türkiye’de kadın girişimcilerin girişimlerini kurarken kullandıkları sermaye miktarının, erkeklerin girişimlerini kurarken kullanmış olduğu sermaye miktarının yarısından daha az olduğu belirtilmektedir (Gürol, 2000 akt. Arıkan, 2016, s. 144). Kadınların erkeklere oranla daha sınırlı sermaye ile kurdukları işletmelerde faaliyet alanları da buna bağlı olarak küçülmemekte ve potansiyel kâr marjları düşmektedir. Girişimler, elde edilen finansal getirilerin büyüklüğüne bağlı olarak faaliyet alanını genişletme ve ilerleme kaydetmektedir. Dolayısıyla bu durum kadın girişimcilerin işletmelerini geliştirmesini ve piyasalar üzerindeki ağırlığını arttırmasını engelleyici bir unsur olmaktadır.

Dünya bankası tarafından gerçekleştirilen ve kadın girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşım noktasında yaşadıkları problemleri ortaya koyan araştırmada durum şu şekilde özetlenmektedir (Ecevit, 1993, s. 35; Hancı, 2004, s. 49):

1. Kadınlar sınırlı düzeyde kredi temin edebilmektedir.
2. Kadınlar borç para anlarının çok küçük bir oranını oluşturmaktadırlar ve gelir düzeyleri ile aldıkları borç oranları çok dengesizdir.
3. Kadınlar genel olarak satılabilen ürünler, geçimlik meyve, sebze ve kümes hayvanları için borç almaktadırlar.
4. Bir araştırmada verilen borçların %1'inin imalat amacıyla, biraz daha yüksek oranda perakende ticaret amacıyla verildiği saptanmıştır. Borçların %60'dan fazlası aile içi üretim için verilmiştir.

Kadın girişimcilerin kredi temin etme ve finansal kaynak bulma noktasında yaşadıkları zorluklar, farklı nedenlere bağlı olarak kendisini göstermektedir. Bu nedenlerden ilki kadın girişimcilerin finansal kaynak sağlamak için yaptıkları kredi başvurularının, ilgili bankalar ve özel kuruluşlar tarafından belirlenen şartları karşılamayacakları gerekçesiyle reddedilmesidir. Bu gerekçenin temelinde ise kadınların eğitim seviyesine bağlı olarak finansal okur yazarlığının zayıf olması, mali verilerinin kredi ödemelerini karşılayacak seviyede olmaması, kredi notuna bağlı olarak finansal güvenilirliklerinin düşük olması, bir mal varlıklarının bulunmaması veya bu malların ailedeki erkek bireyler üzerinde kayıtlı olması sebebiyle teminat gösterememeleri, ticari faaliyet alanında deneyimsiz olması, değişken piyasa koşulları gibi unsurlar yer almaktadır.

Kadınların sahip oldukları mevcut birikimin girişimlerini kurabilecek yeterlilikte olmaması ve bu açığı kapatmaya yönelik kredi desteğinden faydalanamaması, kadın girişimciliğine inen bir darbe niteliği taşımaktadır. Kimi girişimci kadınlar bu şartlar doğrultusunda mevcut imkanlarını kullanarak sınırlı düzeyde faaliyet gerçekleştirip ağır bir gelişim süreci kaydederken kimi potansiyel kadın girişimci gücü bu noktada aktif duruma geçmeden kaybedilebilmektedir. Kadın girişimci adaylarının girişimlerini kurma noktasında finansal yönden sıkıntı çekmeleri nedeniyle girişim kurma fikrinden uzaklaşması, ülke ekonomisi ve kalkınma yönünde kaybedilen bir değer anlamı taşımakta ve bu anlamda önüne geçilmesi gereken bir durum olmaktadır.

2.4.6. Örgütlenme Problemi

Kadın girişimciliğinin küresel çapta beklenen düzeyde bir gelişim gösterememesinin sebeplerinden biri de kadın girişimciler arasında bütünsel bir örgüt yapısının bulunmamasıdır. Örgüt çatısı altında bir arada hareket edilmesi, aynı meslek grubuna ait veya benzer sektörlerde faaliyet gerçekleştiren insanların birbirleriyle etkileşim kurarak bir paylaşımda bulunmaları, sorunlar karşısında birbirlerinin deneyimlerinden ve çözüm yöntemlerinden yararlanmaları, çeşitli konularda birbirlerine yol gösterici olmaları bakımından önem arz etmektedir.

Evde çalışan, kendi işletmesinde çalışan ve işveren altında hizmet faaliyeti sunan kadın grupları kooperatif veya birlikler kurarak bir örgütlenme gerçekleştirebilmektedir (Ecevit, 1993; Hancı, 2004, s. 49). Kendi girişimlerini kurmak isteyen kadın girişimci adayları, bu örgütler vasıtasıyla piyasa koşulları hakkında bilgi toplayabilmekte, kendisine finansal kaynak sağlama noktasında destek edinebilmekte veya destek edinme yollarını öğrenebilmekte, girişimcilik alanında faaliyet gösteren kadınların deneyimleri üzerinden kendi yol haritalarını oluşturabilmekte, birbirlerine bilgi sahibi oldukları konular üzerinden yol gösterici olabilmektedir. Bu etkinliği sağlayacak ilk adım ise aynı iş kolunda veya meslekte çalışan kadınları birbirlerinden haberdar etmeye yönelik bir altyapı kurmak ve çalışma alanlarını belirlemektir (a.g.e., s. 49) Örgütsel bir çatı altında buluşarak birlik oluşturan girişimci kadınlar, bu anlamda mesleki yeterliliklerini geliştirirken kamusal alanda varlıklarını yasal bir zeminde yeniden üretmektedirler.

Kadın girişimcilerin bir örgütsel yapı sergileyerek beraberlik içerisinde hareket etmesine destek veren hükümetler, çeşitli kurumlar, özel kuruluşlar, dernekler sivil toplum örgütleri mevcuttur. Ancak bu beraberliğin sağlanması söz konusu yerel kapsamlı yapıların tek başlarına sağladığı destekle mümkün olmamaktadır. Kadın girişimcilerin küresel düzeyde bütünlük gösteren bir yapıda birleştirilmesi için uluslararası erişime ve üst düzey teknik, bilgi ve donanıma sahip kuruluşların da bu anlamda organize ediciliği önem taşımaktadır. Fakat küresel çapta faaliyet halinde olan bu kuruluşların kadın girişimcilerin örgütlenmesine yönelik çabaları tüm dünyada eşit şekilde kendisini göstermemektedir. Bu durumu kanıtlayan örnekler arasında Türkiye'nin üyelik başvurusu süren Avrupa Birliği'nin, "Avrupa Kadın Ağı" ve "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Avrupalı Kadın" adlı uluslararası nitelikteki kadın girişimci örgütlerinin yalnızca Avrupa ülkeleri ve üye ülkelerle işbirliği içinde çalışması ve bu bölgelerde faaliyet gösteren kadın

girişimcileri sistemin bir parçası olarak kabul etmesi gösterilebilir (European Commission, 2006: Narin vd, 2006, s. 73).

Kadın girişimcileri bu faydadan uzaklaştıran etkenler genel olarak bu tür organizasyonların küresel anlamda sınırlı sayıda olup varlıklarını tüm dünyada yeterli düzeyde ortaya koyamaması, ulusal hükümetlerin, yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının bu alanda işbirliği içerisinde hareket etmemesi, beceri kazandırma, bilgilendirme, destek ve rehberlik hizmetlerinin gereken seviyede gerçekleştirilmemesi, mevcut hizmetlerin ise tüm kadın girişimciler tarafından erişilebilir konumda olmamasıdır. Bu noktada destek ve hizmet faaliyetlerinin tüm kadın girişimcileri kapsayacak düzeyde genişletilmesi, kadın girişimcilerin bu faydalardan nasıl yararlanabileceği konusunda bilgilendirici çalışmaların artması gerektiği söylenebilir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI

3.1. EV HANIMLIĞI

Kadın olmak, ırk, din, dil, kültür, coğrafya farketmeksizin dünyanın her yerinde belirli zorluklarla mücadele içinde olmayı ve kadının kendisini toplumsal alanda var etmek için çaba sarf etmesini zorunlu kılmaktadır. Bu zorlukların düzeyi ve kadınların zorlukların üstesinden gelebilmek adına gösterdikleri uğraş, elbette her toplumun sahip olduğu bir takım dinamikler ve belirli değişkenler üzerinden farklılık göstermektedir.

Her ne kadar gelişmiş ülkelerin kadına yönelik toplumsal algısı gelişmekte olan ülkelerle kıyaslandığında kadın ve erkek eşitliğinin ön planda olduğu daha modern bir anlayışı temsil ediyor olsa da tarihsel süreçte kadınları bir çok açıdan kısıtlayan ve yaşamın tüm alanlarında geri planda bırakan erkek egemen anlayışın günümüz modern koşullarında bile kendisini hissettirmesi, gelişmiş toplumlar da dahil olmak üzere tüm dünyada kadınların var olma çabalarını sürdürmek zorunda olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Bu çabanın kendisini en yoğun biçimde gösterdiği grup ise şüphesiz ev hanımları olmaktadır.

Temel olarak sanayi devrimi ile birlikte fabrikaların hızla varlığını arttırması ve savaşların sebep olduğu potansiyel iş gücü kaybı, piyasada iş gücü talebinde artışa neden olmuş ve böylece kadınlar da erkeklerle birlikte çalışma yaşamına dahil olmaya başlamıştır. Kadınların iktisadi ve ekonomik faaliyetlerde aktif rol almaya başlamaları ve iş gücü piyasasına dahil olmaları sonucu, bu faaliyet halkasının dışında kalarak bir meslek sahibi olmayan, düzenli geliri bulunmayan, temizlik yapmak, çocuk bakmak, yemek hazırlamak gibi ev içi işleri kapsayan üretim ve hizmetler gerçekleştiren kadınları ifade etmek adına ev hanımı kavramı ortaya çıkmıştır.

Ev hanımlığının ortaya çıkma sürecini “evcilleştirme/ev kadınlaştırma” olarak tanımlayan Thomsen (2008) için kadınların dünya çapında ücretli olarak yaptığı işleri kadınlar için ev işine dönüşmesine neden olan yapısal ilke, erkekleri ücretli işlere kadınları ise ücretsiz işlere yönelten cinsiyete dayalı işbölümü olmaktadır. Ev hanımlarına yönelik yaptığı tanımlamada ise ev hanımlarını suni bir ürün olarak nitelemekte ve kapitalist sistemde kadın işgücü olmanın yanında paranın önemine karşılık, ev hanımlarının az ücretle çalışıp yaptığı işlerin çoğunun ücretini dahi alamayan, bütün kurumların üzerine inşa edildiği, oluşumunda akla gelemeyecek kadar şiddet kullanılan bir grubu simgelediğini belirtmektedir (Mies, Thomsen, Werlhof, 2008 akt. Demircioğlu, 2019, s. 9).

Ev hanımlarını iş gücüne katılımları yönünden değerlendirerek piyasa ekonomisinde aktif olmayan, ev içi mekanda ev işlerini kapsayan faaliyetler gösteren kadınlar olarak tanımlayan araştırmaların yanı sıra ev hanımlığının çalışma yaşamına sahip kadınlar da dahil olmak üzere tüm kadınların yerine getirmesi gereken görev ve sorumlulukların bir ifadesi olduğunu belirten anlayışlar da söz konusudur. Bu bağlamda değerlendirildiğinde çalışan kadın ve çalışmayan ev hanımları ikiliğinden ziyade çalışan kadınlar da “piyasa ekonomisine katılan ev hanımları” (Özbay, 1982, s. 209) olarak öne çıkmaktadır.

Kurtkan (1998), ev hanımlığın, ücret karşılığı iş gücü piyasasında çalışan kadınlar ile farklı kategoride değerlendirilmemesi gerektiğine yönelik görüşlerini gelişmişlik seviyesi üzerinden açıklarken medeniyet ve gelişmişlik seviyesinin düşük olduğu toplumlarda ev hanımlarının faaliyetlerinin, ailenin bir çok ihtiyacını karşıladığı ve bu anlamda ev hanımlarının çalışan kadınlardan farkı olmadığını belirtmiştir (s. 44-45).

Ev hanımlarını çalışan kadın kategorisi içinde değerlendirmek, ev hanımlığının bir meslek dalı olarak kabul edilmesi anlamına gelmektedir. Çeşitli belge ve formlarda kadınlar tarafından meslek bilgisine ev hanımı yazılması, toplumda bu görüşün yaygın olarak var olduğunu göstermektedir. Ekonomi piyasasında hem erkekler hem de kadınlar tarafından ücret karşılığı gerçekleştirilen çoğu üretim ve hizmet faaliyeti, ev hanımları tarafından ev içinde ücretsiz olarak sunulmaktadır. Bu durum, kadını formel iş gücü piyasasının sağladığı bir çok avantajdan mahrum bırakan ve aynı emeği karşılıksız şekilde ev içinde sunmasını bekleyen anlayışın normallik kazanmasına ve kadınların toplumsal cinsiyet kaynaklı yaşadığı problemlerin göz ardı edilmesine sebep olmaktadır.

3.1.1. Ücretsiz İş Gücü Olarak Ev Hanımları

Günümüz mevcut koşulları altında kadınlar, ücretli iş gücü olarak çalışma hayatı içerisinde yer almayı tercih edebilmekte ya da bu alanın dışında kalarak kadın olmanın beraberinde getirdiği iş yükü ve sorumluluklar çerçevesinde ev içerisinde üretim ve hizmet faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedir. Çalışmayan grupta yer alan kadınlar, çamaşır ve bulaşık yıkamak, temizlik yapmak, çocukların bakımını üstlenmek, yemek hazırlamak gibi çeşitli ev işlerinden sorumlu olan ve bunları maddi ve manevi yönden bir beklenti içerisinde girmeden gerçekleştiren ev hanımlarını temsil etmektedir.

Ev hanımları piyasa içerisinde ücretli olarak gerçekleştirilen üretim ve hizmet faaliyetlerini herhangi bir ücret talep etmeksizin ev içinde gerçekleştiren enformel aile işçisi konumundadır. Bu bağlamda kayıtlı kadın iş gücünün sahip olduğu düzenli gelir, sendikal haklar, güvenceler, örgütsel yapılar gibi bir çok avantaj, benzer işleri bir işletme yerine evde gerçekleştiren ev hanımları için geçerlilik taşımamaktadır. Mesleğiniz nedir sorusuna çalışmayan kadınlar tarafından verilen yanıtlardan biri olarak toplumsal alanda kadına yönelik bir meslek dalı kabul edilen ev hanımlığı, bu anlamda kadının emeğinin karşılığını maddi olarak alamadığı, sigortasız çalıştığı, iş yükünün, sorumlulukların ve beklentilerin bir sınırı bulunmadığı, bir başlangıç ve bitiş saati olmayan tam zamanlı bir işi ifade etmektedir.

TÜİK verilerine göre Cumhuriyet'in ilan edildiği 1920'li yıllara ait dönemde kadının ücretli emeğe dayalı iş gücü piyasası içerisinde yer alma oranı %81.5 iken, 2022 yılına ait veriler incelendiğinde bu oranın %35 seviyelerine kadar gerilediği gözlenmiştir. İş gücüne katılım göstermeyen 30.467 kişilik grubun 21.230'unu ise kadınlar oluşturmaktadır (TÜİK, 2022). Türkiye'de çalışmayan kadınlara yönelik elde edilmiş diğer veriler incelendiğinde; şehirde yaşayan her 100 kadından sadece 20'si işgücüne katılmakta, geri kalan kadınlar çeşitli sebeplerden ötürü çalışma yaşamına dahil olmamaktadır. Çalışmayan kadınların oluşturduğu %80'lik kısım içerisinde %62 kadar kadın çalışmama sebebi olarak tam zamanlı ev kadını olmalarını göstermiştir (Bora, 2011, s. 8).

Kadınların iş gücüne katılım oranlarını gösteren bu verilerde daha önce çalışma deneyimine sahip olup mevcut işinden ayrılmış olanlar da dahil olmak üzere çalışmayanları temsil eden gruptaki kadınlar, çeşitli sebeplerden ötürü iş gücüne katılım sağlamamaktadır. Bu sebeplerin oluşumuna kaynaklık eden en temel etken ise yüzyıllardır tüm dünyada farklı boyutlarda varlık göstermeye devam eden toplumsal cinsiyet olgusudur. Toplumsal cinsiyet, ait olduğu bölgenin gelenek, görenek ve kültürel değerlerine göre şekillenerek toplumsal ve kültürel boyutta kadın ve erkek arasında farklılıklar yaratmakta ve bu farklılıklar üzerinden kadın ve erkeğe bir takım roller inşa etmektedir.

3.1.2. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Ev Hanımlığı

Gelenekselliğe ait ataerkil düzende toplumsal cinsiyetin kadın ve erkek için ürettiği roller ve bu rollerden doğan sorumluluklar kadın için çok daha yoğun olmakta ve

ortaya kadın ve erkek arasında adaletsiz bir iş bölümü çıkmaktadır. Cinsiyete bağlı olarak dağılım gösteren bu iş bölümü içerisinde kadın, kendisine yüklenen görevleri tamamlamak adına pek çok fedakarlıkta bulunmaktadır. Kadının evinde olması, evi, eşi ve çocuklarıyla ilgilenmesi, çalışarak para kazanma işini ise evin erkeğine bırakması gerektiğine yönelik hakim anlayışın yanı sıra, bir kadın olarak toplumun kendisine yönelik beklentilerini gerçekleştirmeye çalışırken iş yaşamına katılım sağlayacak zaman ve enerjiden yoksun kalması nedeniyle iş yaşamında kendini gösterememesi, bu fedakarlıklardan biri olmaktadır.

Ev hanımları, bu fedakarlığın somut bir örneği olarak toplumsal alanda kendisini göstermektedir. Ev hanımı olarak yaşamını sürdüren kadınlar içerisinde elbette bilinçli olarak çalışmamayı tercih eden, maddi yönden ihtiyaç duymadığı için çalışmak istemeyen kadınlar da mevcuttur. Ancak azınlık olarak adlandırabileceğimiz sayısı oldukça düşük bu kesimin varlığı, ev hanımlarının ücretsiz emek gücü olarak formel sektördeki çoğu işten daha yoğun ve zorlu koşullarda çalıştığı gerçeğini değiştirmemektedir.

Ev hanımı olmak günümüzde bir tercih olabilmekte ve kadınlar bu anlamda kişisel birikimleri veya ailedeki diğer çalışan bireylerin gelirleri ile bir geçim kaynağı oluşturabilmektedir. Bunun yanı sıra erkek egemen piyasa koşullarının kadınlara fırsat eşitliği tanımaması ve bu anlamda iş imkanlarının oldukça kısıtlı olması da ev hanımlarını çalışma yaşamından alıkoymaktadır. Ancak bu sistem, kadını sürekli olarak erkeğe bağımlı kılmakta ve kadının mevcut toplumsal konumunun statik hale gelmesine neden olmaktadır.

Kadına yönelik toplumsal önyargıların ve eril zihniyetin kadın üzerinde yüzyıllardır kurmuş olduğu baskıcı hakimiyeti kırmak için kadının erkek egemen piyasa koşullarında iş gücü ağırlığını arttırarak ekonomik güç dengelerini değiştirmesi, çalışan ve üreten kadın kimliğiyle toplumda kendini yeniden var etmesi, finansal bağımsızlığını kazanması ve kendi ayakları üzerinde durabilecek yeterliliğe ulaşması gerekmektedir. Bir kadın olarak bu konuma ulaşmak, kadınların hem kendisi hem de toplumsal alanda kadın gücünün temsili adına oldukça önem arz etmektedir.

3.1.3. Enformel Sektörde Ev Hanımlarının Yeri

Türkiye’ de toplam 43 milyona yakın kadın içerisinde potansiyel kadın iş gücünün büyük bir kısmını ev hanımları oluşturmaktadır. Mevcut kadın nüfusunun %49’luk kısmını oluşturan bu grup, ülkede her dört kişiden birinin kendisini ev hanımı

olarak tanımladığını göstermektedir. Kadın iş gücünün ülke ekonomisinin gelişimi, ulusal kalkınma ve toplumsal refah noktasındaki önemi göz önüne alındığında bu rakamlar ülke adına kaybedilen üzücü değerler olmaktadır. Kimi kadınlar kendi tercihleri neticesinde ev hanımı olmayı seçebildikleri gibi kimi kadınlar ise kayıtlı ekonomide istihdam olanağı bulamadığı için ev hanımlığını sürdürmektedir. Bu noktada maddi bir gelire ihtiyaç duyan ev hanımları ise ucuz iş gücü olarak emeğin sömürsü ile varlık kazanmış enformel sektöre yönelebilmektedir.

Türkiye'de Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırması'nın (2022) 2016'dan 2022 yılına kadar çalışma hayatında kadınların durumunu saptamaya yönelik elde ettiği verilerde geçmişte çalışmış ancak şuanda bir işi olmayan kadınların, çeşitli sebeplerden ötürü çalışma hayatını bırakmak durumunda kaldığı görülmektedir (Tablo 3.1). Verilen yanıtların dörtte birlik kısmını oluşturup kadınların çalışma yaşamlarına son vermelerinin en büyük nedeni olarak öne çıkan sonuç ise evlilik ve ev işi sorumlulukları olmuştur. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet algısının kadına inşa ettiği roller ve bu rollerin beraberinde getirdiği kadını çalışma hayatından alıkoyacak derecede yoğun iş yükü, onlara ev hanımı olmak dışında bir seçenek bırakmamıştır.

Tablo 3.1: 2016-2022 Tarihleri Aralığında Kadınların İş Bırakma Sebepleri

Sağlık Durumları	%3	Daha Fazla Çalışmak İstemedim	%17
Okul/Eğitim	%3	Evlilik ve Ev İşi Sorumlulukları	%25
Emekli Oldum	%14	Baba/Eş/Aile İzin Yoktu	%5
İş Kapatıldı/ Küçüldü ve İşsiz Kaldım	%8	Güvenli İş Ortamı Yoktu	%5
Çocuk Bakım Desteği Yoktu	%16	Diğer	%3

Kaynak: Türkiye'de Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırması-2022, s. 49.

Bu sonuçlar göstermektedir ki kadınlar çoğunlukla çalışma hayatını isteyerek bırakmamış, kontrolleri dışında gelişen durumlar ve bir takım dışsal faktörlerin etkisiyle zorunlu olarak bu alanın dışına itilmiştir. Kadınları çalışma yaşamından alıkoyan bu sebepler, özellikle maddi gelir düzeyinin aile geçiminde yeterli gelmemeye başladığı noktada ev hanımlarını kayıt dışı ekonomide yer alan işlerde çalışmaya yönlendirmiştir.

Piyasada ucuz iş gücüne yönelik artan talep ve çalışma ihtiyacı duyan kadınlar için seçenekleri daraltan ekonomik ve toplumsal koşulların birleşimi sonucu kadınlar, kayıt dışı ekonomide enformel emek gücü olarak bir takım işler gerçekleştirmeye başlamıştır. Kayıt dışı ekonominin gelişimini destekleyen öğeler olarak yeni liberal politikaların derinleştirdiği yoksulluk, geçinmek için gelir elde etme zorunluluğu ve güvenceli, ücret düzeyi yüksek formel işlere erişiminin sınırlı olması gibi nedenler

gösterilmekte bu nedenler sonucu kadınlar enformel istihdama yönelmektedir (ILO, 2002; Sassen, 2000 akt. Aşkın ve Aşkın, 2019, s. 979).

Kadınlara herhangi bir güvence sunmayan, devamlılık taşımayan, yasal düzenlemelerden bağımsız, oldukça düşük ücretler verilen ve çoğunlukla sezonluk veya anlık ihtiyaç halinde ortaya çıkan bu işler, kadın emeğinin sömürüsü üzerinden kendisini göstermektedir. Kadınlar, enformel istihdamın en alt kategorisindeki ücretsiz aile işçiliği ve evde parça başı işlerin yapıldığı, ortalama kazanç ve çalışma koşullarının en kötü olduğu işlerde yoğunlaşmaktadır (Aşkın ve Aşkın, 2019, s. 980)

Kadının ev içinde yaptığı üretim faaliyetlerinin yanı sıra toplumda “kadın işi” olarak görülen temizlik yapmak, yemek yapmak, çocuk ve yaşlı bakmak gibi hizmet faaliyetleri de yine “gündelikçi, bakıcı, yardımcı” gibi isimlendirmelerle kayıt dışı ekonomide kadınlara yönelik bir istihdam alanı oluşturmaktadır. Kadınların yine ev ekseninde şekillenen söz konusu çalışma biçimleri, herhangi bir yasal prosedüre sahip olmadığı ve bağlayıcılık taşımadığından dolayı enformel bir iş gücünü temsil etmektedir. Bu anlamda enformel iş gücü piyasası, kadınların formel bir işte düzgün koşullar altında çalışarak adaletli bir gelir elde etmesini engellemekte, nitelikli kadın iş gücü istihdam oranını düşürmektedir. Ev hanımlarının emek gücünün sömürüsüne dayalı bu çalışma sistemi, kadın girişimciliğinin önemini daha açık şekilde ortaya koymaktadır.

3.2. EV HANIMLARI VE GİRİŞİMCİLİK

Günümüzde kadınlar, erkeklerin çok daha uzun süredir faaliyet gösterdiği ve buna bağlı olarak erkek yoğunluğunun daha fazla olduğu girişimcilik alanında kendilerini göstermeye ve elde ettikleri başarılarla erkek egemen iş gücü piyasasında ön plana çıkmaya hızla devam etmektedir. Ekonomi piyasasının kadın iş gücü açısından zorlayıcılığı daha üst seviyede olan çalışma koşulları altında sarf ettikleri emeğin maddi ve manevi yönden karşılığını bulamayan kadınlar, kişiye özgür bir çalışma ortamı sunan girişimciliğe ilgi duymaya başlamakta ve bu alanda faaliyetlerini sürdürmeyi tercih etmektedir.

Kadın girişimciliği ile birlikte erkek egemenliğine dayalı anlayışlar üzerinden şekillenen ekonomi piyasasında kadının varlığını arttırması, finansal bağımsızlık kazanarak yaşamı üzerindeki hakimiyeti eline alması, kendisine yönelik toplumda inşa edilen cinsiyetçi inanışları ve kalıplaşmış önyargıları değiştirmesi, kadının toplumsal alandaki konum ve statüsünü yükseltmesi açısından önem taşımaktadır.

Girişimciliğin kadına sunduğu kişisel faydaların yanı sıra uzun vadede sunduğu toplumsal ve ekonomik faydalar da göz ardı edilmemelidir. Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların girişimcilik faaliyetleri ile ekonomi piyasasında yer alması, istihdam oranlarının yükselmesine, eşitliğe dayalı sosyal adalet anlayışının yaygınlaşmasına ve kadın ve erkeklerin eşit fırsatlara sahip olmasına, mevcut iş gücünün niteliğinin artmasına, ülke ekonomisinin kalkınması ve gelişimini hızlandırması adına da tartışmasız önemli bir kaynak olmaktadır.

Özellikle kayıt dışı ekonomide düşük ücretlerle emek yoğun üretim ve hizmet faaliyetleri gerçekleştiren ev hanımları için kadın girişimciliği çok daha cazip bir çalışma alanı olmaktadır. Ev hanımlarının enformel iş gücü olarak, bir başkası hesabına kötü şartlar altında gösterdiği emek yoğun çabayı, kendi işletmelerinde kendileri için gösterme fikri ev hanımlarını girişimci olmaya teşvik etmektedir.

3.2.1. Ev Hanımlarını Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler

Özgür bir çalışma alanı ve sonsuz fırsatlarla birlikte bir çok avantajı içerisinde barındıran girişimcilik, bu anlamda giderek yoğunlaşan bir faaliyet kolu haline gelmektedir. Girişimciliğin sağladığı faydalar, günümüzde erkekler kadar kadınlar tarafından da ilgi görürken söz konusu kadın grubu içerisinde eğitim seviyesi, maddi gelir, kültür ve sosyallik açısından görece daha dezavantajlı bir konumda değerlendirilebilecek ev hanımları da bu alanda kendisini göstermektedir.

Erkek egemen iş gücü piyasasına bir çok yönden daha zor şartlar altında dahil olan kadınlar içerisinde özellikle öncesinde bir mesleki eğitim almamış, sosyokültürel bakımdan kendisini geliştirebileceği bir alan imkanı tanınmamış, bir çalışma deneyimi bulunmayan ve birbiriyle bağlantılı olarak kendisine ait bir maddi kazanç kaynağı oluşturamayan ev hanımları bu kadın grubu içerisinde daha yoğun uğraşlarla kendisini iş gücü olarak var etmektedir. Bu anlamda ev hanımları, girişimcilik alanında da söz konusu uğraşı gösterirken, bu uğraşın motivasyon kaynakları da buna bağlı olarak farklılık taşıyabilmektedir.

Kadınları girişimcilik faaliyetlerine yönlendiren motivasyon kaynakları genel olarak zorunlu bir ihtiyaçtan doğabilirken bir tercih olarak da kendisini gösterebilmektedir. Yaşanan olumsuz durumlar neticesinde kadınları girişimci olmaya mecbur kılan faktörler itici faktörler olarak değerlendirilirken, finansal getiri ve kişisel

doyum sağlamak gibi nedenlerle girişimciliği cazip bir tercih haline getiren unsurlar çekici faktörler olmaktadır. (Aktaş, 2015, s. 32-33 akt. Öztürk, 2016, s. 49).

Girişimciliğe karşı duyulan motivasyon, her toplumun sahip olduğu belirli bir takım dinamikler üzerinden değişkenlik taşımaktadır. Türkiye’deki kültürel normlar, geleneksel anlayışlar kadına yönelik sınırlayıcılıklar taşımakta ve bu sınırlamalar ev hanımları üzerinde kendisini daha yoğun şekilde gösterebilmektedir. Dolayısıyla ev hanımlarını girişimci olmaya yönlendiren motivasyon kaynakları, mevcut toplumsal konumları ile ilişkili olarak ortaya çıkmaktadır. Bu motivasyon kaynaklarının açıklanması, çalışan kadınlar arasında daha çok ev içi mekanla özdeşleştirilmesi ve çalışma yaşamına dahil olmasının toplum tarafından yadırganması nedeniyle diğer kadın gruplarından görece dezavantajlı bir konumda yer alan ev hanımlarının kadın iş gücüne katılım gösterme ve girişimci olma nedenlerinin ortaya çıkarılması adına önem taşımaktadır.

3.2.1.1. Kendini Gerçekleştirme ve Geliştirme İsteği

Tarihsel süreç içerisinde kadınların mevcut toplumsal konumları ve birbiriyle ilişkili olarak varlık gösteren kadına ait toplumsal cinsiyet rolleri ve toplum tarafından kadının gerçekleştirmesi beklenen görev ve sorumluluklar, kadınların kendilerini gerçekleştirmelerini ve geliştirmelerini mümkün kılacak uygun koşulların oluşumunu engelleyici olmuştur.

Maslow’un (1943) “İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi”nin en üst basamağında yer alan ve insanın sahip olduğu potansiyeli ortaya çıkarması ve bu potansiyeli en iyi şekilde kullanabilmesini ifade eden kendini gerçekleştirme isteği, bu anlamda tüm insanların ulaşmayı ve gerçekleştirmeyi arzu ettiği bir ihtiyacı ifade etmektedir. Bireylerin kendini gerçekleştirmesi, temel ihtiyaçların giderilmesinin ardından bireylerin sahip oldukları yetenek, bilgi ve becerileri doğrultusunda sahip olduğu potansiyeli gösterebilmesi ile mümkün olmaktadır. Kendini gerçekleştirme, bireyin kendini tatmin etmesini ve yapabileceklerinin en iyisini yapması şeklinde bir ihtiyacı temsil eder (Maslow, 1969 akt. Çoban, 2021, s. 115).

Kadının, erkek egemenliği altında sürdürülen ve kontrolü çoğunlukla hanedeki erkek bireyler tarafından sağlanan yaşamı, kadınların önceliklerini etkileyerek bu ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik atılım gösterememelerine ve kendilerini geri planda tutmalarına neden olmuştur.

Günümüzde kadınların da erkekler kadar toplumsal alanda ön plana çıkmasını ve iş gücüne katılım göstermesini mümkün kılan koşullar, kadınların kendilerini gerçekleştirme ve geliştirme motivasyonlarında olumlu değişimler yaratmış ve kadınlara kendi potansiyellerini ortaya koyabilecekleri bir ortam imkanı sağlamıştır. Girişimcilik ise bu noktada kadınlara bu imkanı sağlayan alanlardan biri olarak ön plana çıkmakta ve kadınlar sahip oldukları bilgi, beceri ve yetenekleri girişimcilik aracılığıyla iş yaşamına kanalize ederek potansiyellerini bu alanda değerlendirme olanağı bulmaktadır.

3.2.1.2. Kazanç Sağlama ve Ekonomik Bağımsızlık Kazanma İsteği

Kadınların çalışma yaşamına katılmasındaki en büyük etkenlerden birisi kendine ait bir gelir yaratma ve ekonomik bağımsızlık kazanma isteği olmaktadır. Bu isteği kuvvetlendiren unsurlar aile içi ilişkilere, aile ekonomisine ve aile yapısına göre değişkenlik göstermektedir. Ekonomik bağımsızlıkları olmayan kadınlar, kendi ayakları üzerinde duracak yeterliliğe sahip olmamaları nedeniyle çoğunlukla başkalarına bağımlı olarak yaşamlarını sürdürmek zorunda kalmakta ve bu durum kimi zaman kadının memnun olmadığı koşullarda mutsuz bir hayat sürmesine neden olmaktadır.

Girişimcilik, ev hanımlarının ücretsiz olarak gerçekleştirdiği emek yoğun faaliyetlerini ev içinden çıkarıp ev dışı mekana taşıyarak kendilerine bir gelir kaynağı oluşturmalarını mümkün kılmaktadır. Bu gelir kaynağı, ev hanımlarına bağımsız olma gücü kazandırırken hayatları üzerindeki kontrolü ellerine alma imkanı sunmaktadır. Bunun yanı sıra özellikle ev içi hizmetler sunarak ailesinin temel ihtiyaçlarını gidermeye yönelik faaliyetlerde bulunan ancak maddi bir geliri olmamasından dolayı kendisini aile ekonomisine katkı sağlama noktasında yeterli hissetmeyen ev hanımları da aile geçimine katkı sağlamak ve birikim yaratmak adına girişimcilik alanına yönelmektedir.

Ev hanımlarının girişimcilik alanına dahil olmasına ekonomik faktörlerin sebep olduğu durumlar bu anlamda hem kadının bağımsızlık kazanma, aile içi kararların alınmasında söz sahibi olma ve bu kararları özgürce alabilme imkanı elde etme isteği çerçevesinde bireysel bir tercih olarak değerlendirilirken bu durumun aynı zamanda zorunluluklardan doğan bir sonuca işaret etme olasılığı da mevcuttur. Günümüz koşulları altında özellikle şehir hayatının değişken ve zorlayıcı yaşam dinamiklerine karşın bir yaşam sürdürme gayretinde olan ailelerde ekonomik geçim kaygısının baş göstermesi sonucu kadınların da iş gücüne katıldığı görülmektedir.

3.2.1.3. Toplumsal Statü Elde Etme ve Saygınlık Kazanma İsteği

Kadının toplumsal alandaki görünürlüğünün artması ve bir iş gücü olarak ekonomi piyasasında var olup kendine yetebilen güçlü kadın kimliğini oluşturmada girişimciliğin sunduğu avantajlardan biri olarak ön plana çıkan sosyal statü kazanımı, bu anlamda ev hanımlarını girişimcilik faaliyetlerine yönlendiren önemli bir çekici faktör olmaktadır. Bireylerin statüleri, çevrelerinde yer alan kişiler tarafından onlara uygun görülen toplumsal konumlar üzerinden belirlenmekte ve kişiler, bu statüler çerçevesinde belirli bir takım rol ve sorumluluklar üstlenmektedir. Kişilerin statüsü yaş, cinsiyet, soy, ırk gibi özelliklere bağlı olarak doğuştan beri mevcut olabilmektedir. Ancak doğuştan gelen verilmiş statülerin aksine bazı statülerin kazanımı için kişinin yoğun emek ve çaba sarf etmesi gerekmektedir.

Ev hanımlarına toplum tarafından uygun görülen konum ev içi mekanla sınırlı olup, anne ve eş gibi toplumsal statüleri içerisinde barındırmakta ve buna uygun rol ve sorumlulukları beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla ev hanımları, toplum tarafından kendilerine otomatik olarak verilmiş olan bu statülere ek olarak farklı statüler edinmek ve toplumsal konumlarında değişimler yaratmak adına girişimcilik gibi faaliyetlerle bir emek harcaması, bir uğraş ortaya koyması söz konusu olmaktadır.

Hisrich ve Öztürk (1999) tarafından Türkiye’deki kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerini ortaya koymak, onları motive eden faktörleri açıklamak ve temel yeteneklerini belirlemek gibi amaçlarla gerçekleştirilen araştırmada (Tablo 3.2), Türk kadın girişimcilerinin girişimci olma nedenlerinin başında %35’lik bir oranla ilgi duydukları bir alanda iş yapma fikrine duyulan istek gelmektedir. Kadınları girişimciliğe yönlendiren ikinci büyük neden olarak ise %17’lik bir oranda ev hanımlığından sıkılmış olmaları belirtilmektedir.

Tablo 3.2: Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri

Nedenler	* Bu iş sahasıyla ilgilenmek: %35 * Ev kadını olmaktan sıkılmak: %17 * Yer değiştirme: %13 * İşte hüsrana uğramak: %11
Motivatörler	* Güçlü motivatörler: Bağımsızlık, Başarı * Zayıf motivatörler: İş tatmini, Ekonomik Gereksemin, Güvenlik * Diğer motivatörler: Fırsat, Statü, Para, Güç
Yetenekler	İnsan kaynakları, pazarlama, yeni fikir-ürün üretimi, iş süreçleri, planlama/strateji/organizasyon ve finans yönetiminde iyi olmak istemektedirler.

Kaynak: Öztürk, 2016, s. 49.

Kadınların ev hanımı olarak yaşamlarını sürdürmekten sıkılması sonucu iş yaşamına girişimcilik faaliyetleri ile katılım göstermeleri, toplumsal konumlarında değişim yaratma istekleri ile ilişki içerisinde olmaktadır. Ev hanımlığını, kadının ücretsiz olarak yapmış olduğu ev içi üretim ve hizmet faaliyetleri olarak tanımlayan ve bunları kadına ait görev ve sorumluluklar bütünü olarak değerlendirerek kadını ev içine ait gören geleneksel anlayışlar, kadınların kendisini toplumsal yaşamdan soyutlamasına, ekonomi piyasası içerisinde bir iş gücü olarak yer alıp kendisine farklı statüler edinmemesine neden olmaktadır. Ev hanımları, toplum içindeki görünürlüklerini arttırmak, mevcut statülerinin yanı sıra kendilerine yeni statüler edinerek aile ve çevresindeki saygınlığını yükseltmek gibi sebeplerle girişimcilik faaliyetlerine yönelmektedir.

3.2.1.4. Geleceğe Yönelik Güven Duyma ve Güvenlik İsteği

Tarihsel süreçte kadınlar, çeşitli sebeplerden ötürü iş gücü piyasası içerisinde erkekler kadar aktif faaliyet gösterememiştir. Kadına yönelik ayrımcı toplumsal cinsiyet rolleri bu adaletsizliğin başlıca nedeni olarak kendisini göstermektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri kadına ev eksenli bir konum üzerinden yine ev içi işlerle meşguliyet kurabileceği sınırlı bir alan tanırken; erkeklere ev dışı mekanda ücretli iş gücü olarak çalışma ve ekonomik bir aktör olarak piyasa içerisinde var olma imkanı vermiştir.

Günümüzde kadınlar hızla artan oranda çalışma hayatına dahil olmaktadır hala daha erkek egemenliğinin yoğunlukta olduğu iş gücü piyasasında kadınların oranı istenilen boyutlara ulaşabilmiş değildir. Değişen koşullarla birlikte kadınların iş yaşamına dahil olması erkeklerden çok daha sonra mümkün olmuştur. İş gücü piyasası içinde kadınların erkeklere oranla sayıca daha az olmasının sebeplerinden biri olan söz konusu geç kalmışlık, günümüzde bir çok yönden kadınların çalışma yaşamına ücretli iş gücü olarak dahil olmasını engelleyen bir takım sonuçlarla kendisini göstermektedir.

Bu durum kimi kadınların zorunlu biçimde maddi yönden dışa bağımlı birer ev hanımı olarak yaşamlarını sürdürüp, ekonomi piyasası dışında kalmasına neden olurken kimi kadınları ise belirsizliklerin hakim olduğu enformel sektörde kayıt dışı faaliyetlere yönlendirmekte ve iş devamlılığı ile maddi kazancını sürdürme noktasında onlarda bir endişe yaratmaktadır. Her iki durumda da kadınlar, hayatlarını idame ettirme ve yaşam standartlarını yükseltme noktasında gerek duydukları maddiyatı sağlamaya yönelik bir güvensizlik hali içerisinde olmaktadır.

Bu koşullar altında kadınlar, geleceklerine yönelik planlamalar yapamamakta ve hayatlarını bir belirsizlik içerisinde yaşama kaygısı duymaktadır. Deneyimsizlik, tecrübe eksikliği, bilgi ve beceri gelişimi yönünden geride kalma, çalışma yaşamında kadınlara karşı oluşturulan ön yargılar, ayrımcı tutumlar gibi pek çok durum, toplumsal cinsiyet rollerinin kadınları iş yaşamından yoksun kılmasının bir sonucu olarak değerlendirilebilmektedir.

Günümüzde kadın erkek eşitliğini savunan modern anlayışlar ve bu bağlamda geleneksel ataerkil yapıdan farklı olarak kadının da toplumsal alanda görünürlük kazanması gerektiğini savunan düşünceler yaygınlık kazansa da kadınların sırf kadın olmalarından dolayı iş bulma konusunda sıkıntı yaşamaları veya halihazırda iş gücü olarak çalışmayı sürdürenlerin bu süreçte karşılaştıkları çeşitli problemler, toplumsal cinsiyet rollerinin yarattığı sonuçların etkisini göstermeye devam ettiğinin bir kanıtı olmaktadır. Tüm bu unsurlar kadınları çalışma hayatında herhangi bir baskı mekanizmasından bağımsız şekilde faaliyet gösterebilecekleri, belirsizliklerin beraberinde getirmiş olduğu endişe ve korkulardan uzakta hem kendisi hem de ailesi adına geleceğe yönelik güvenli bir şekilde planlamalar yapabileceği bir alan olan girişimciliğe yönlendirmektedir.

3.2.2. Ev Hanımlarının Girişimcilik Stratejileri

Bireylerin girişimcilik sürecine dahil olarak kendilerine ait bir işletmeye sahip olmalarının pek çok farklı yolu bulunmaktadır. Bu noktada kadın girişimciler arasından ev hanımlarının girişimcilik sürecine adım atarken izledikleri stratejiler dört başlık olarak verilmektedir. Ev hanımlarının girişimci olarak piyasa içerisinde varlık göstermeleri çoğunlukla bu dört farklı yol ile gerçekleşmektedir.

Girişimci ev hanımlarının piyasaya giriş stratejileri bu bağlamda hazır bir girişimin satın alınması, hazır bir girişime ortak olunması, yeni bir girişim kurulması, evde yerleşik girişimler ve sanal girişimler olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2.2.1. Hazır Bir Girişimin Satın Alınması

Sıfırdan bir girişim kurmak oldukça maliyetli ve yoğun prosedürleri içerisinde barındıran bir süreçtir ve bu nedenle çoğu girişimci, başlangıç aşamasında mevcut olan bu zorlayıcı süreç ile uğraşmak istemediği için hazır bir işletmeyi satın almayı ve girişimcilik faaliyetlerine bu hazır işletme üzerinden başlamayı tercih etmektedir. Bu

yönüyle avantajlı bir seçenek olarak değerlendirilen söz konusu strateji, sanılanın aksine kolay bir işlem değildir ve dikkat edilmesi gereken önemli hususlar vardır.

Mevcut bir işletmeyi satın alarak girişimcilik alanına adım atan girişimcilerin dikkat etmesi gereken hususlar şu şekilde olmaktadır (Alpugan,1998: 215 akt. İlter, 2008, s. 101):

- Satın alınmak istenen işletme tarafından piyasaya sunulan hizmete pazarda yeterli talebin olup olmadığına ilişkin ticari bilginin elde edilmesi
- Satın alınması düşünülen işletmenin finansal durumunu gösteren verilerin (gelir tablosu ve bilanço) elde edilmesi ve bu verileri analiz edebilecek teknik bilgiye ulaşılması
- Satın alınması düşünülen işletme hakkında etki altında kalmadan ve duygusallıktan uzak, objektif bir kararın verilmesi.

Hazır bir işletmenin satın alınmasının herkes gibi girişimcilik sürecine dahil olan ev hanımları için olumlu ve olumsuz durumları vardır. İşletmenin piyasa içerisindeki konumu ve imajı bu anlamda işletmenin geleceğini belirleyen önemli bir etkidir ve ev hanımları bu noktada girişimlerinin geleceği için satın alacakları işletmenin söz konusu durumuna dikkat etmelidir.

Hazır bir girişimin satın alınması, yasal prosedürlerin tamamlanmış ve işletmenin faaliyete hazır bulunmasından dolayı bu tür işlemler ile uğraşmak istemeyen ev hanımları tarafından da tercih edilen bir piyasaya giriş stratejisi olmaktadır. Kendi işini kurarak kendisine ait bir çalışma ortamı yaratmak isteyen ancak yeni bir girişim kurmanın zorluklarıyla baş edemeyecek durumda olan ev hanımları için tercih edilen bir seçenektir.

Özellikle yeni bir girişim kurulmasına oranla düşük maliyet gerektirmesi, başarı şansının mevcut müşteri potansiyeli göz önüne alındığında daha yüksek olması, halihazırda bir çalışan grubunun, çeşitli tedarikçilerin ve gerekli ekipmanların mevcudiyeti gibi avantajlar, ev hanımlarının girişimcilik faaliyetlerine hazır bir girişimi satın alarak başlamasında etkili olmaktadır. Ev hanımlarının dikkat etmeleri gereken nokta ise mevcut girişimin sahip oldukları bilgi, yetenek ve becerilere uygun faaliyetlerde bulunması ve bu anlamda kendilerini mutlu edecek bir alan seçmeleri olacaktır. Mümkünse eldeki alternatifleri en iyi şekilde değerlendirmeli ve alacakları girişimi özenle seçmeleri gerekmektedir.

3.2.2.2. Hazır Bir Girişime Ortak Olunması

Ev hanımları, hazır bir girişim almanın kişiye sunduğu benzer avantajlardan dolayı hazır bir girişime ortak olarak da piyasaya adım atmayı tercih edebilmektedir. Ev hanımları, özellikle çevrelerinde bulunan yakınları ve bu alanda tecrübe sahibi olan kişilerle ortaklıklar kurarak girişimlerinde başarı şanslarını yükseltmek istemektedir.

İşletmeler mali sıkıntıları aşmak, müşteri profillerini genişletmek, kar paylarını yükseltmek, işletmeye ek sermaye sağlamak, ürün çeşitliliğini arttırmak ve rekabet potansiyelini yükseltebilmek gibi çeşitli sebeplere bağlı olarak ortak arayışına girmektedir. Ev hanımları, kimi zaman maddi birikimleri aracılığıyla mevcut bir girişim ile ortaklık oluştururken kimi zaman ortaya koydukları ürünleri bir yatırımcı ile buluşturarak bu ortaklığı gerçekleştirmektedir.

Hazır bir girişime ortak olunması, yasal prosedürlerin halihazırda gerçekleştirilmiş olması, deneyim ve tecrübe olarak kendisine yol gösterecek ve bu alanda kendisini geliştirmesini sağlayacak insanlarla çalışma imkanı sunması ve piyasa içerisinde tek başına mücadele etmek zorunda olmadan görev ve sorumlulukları birisi ile paylaşma şansı tanınması bakımından ev hanımlarının tercih ettiği bir strateji olmaktadır.

Bir ortağın dahil olduğu girişimlerin bir başka özelliği ise yönetimin tek elden çıkıp karar alma mekanizmasına başkalarının da dahil edilmesi olmaktadır. Bu noktada herhangi bir problem yaşanmaması adına kurulan ortaklıklara ait görev dağılımları ve yetkinlik düzeyleri iyi belirlenmeli ve bu sınırlar hukuksal olarak koruma altına alınmalıdır. Aynı zamanda ortaklık kurulan kişilerin güvenilir olması, problemler karşısında direnç gösterebilmesi ve kişilerin ortağına karşı destekleyici tutum sergilemesi girişimin sağlıklı bir şekilde faaliyetlerini sürdürmesi açısından önem taşımaktadır.

3.2.2.3. Yeni Bir Girişim Kurulması

Yeni bir işletme kurarak girişimcilik sürecine dahil olmak, piyasaya giriş yapma noktasında zorlayıcılığı diğer seçeneklere oranla daha üst seviyede bulunan bir yöntem olmaktadır. Bu yöntemde girişimin tüm kuruluş detayları girişimciye ait olmakta ve her işlem ile girişimci ilgilenmek durumundadır. Sıfırdan başlayarak yeni bir girişim ortaya koymak öncesinde bir çok hazırlık ve işlem gerektirmekte ve bu anlamda ev hanımları için girişimin kurulması adına daha yoğun bir çaba gösterilmesini gerektirmektedir.

Yeni bir girişimin kurulması için gerekli yasal prosedürlerin tamamlanması, işletmenin faaliyete başlamaya hazırlanması, nitelikli iş gücünün bulunması, gerekli ekipmanların temin edilmesi, tedarikçiler ile iletişim kurulması, işletmenin tanınırlık ve güvenilirlik düzeyini arttırarak potansiyel müşteri kitlesine ulaştırılması gibi faktörler, pazara giriş stratejisi olarak bu yöntemi seçen ev hanımları için zorlayıcı bir süreç olabilmektedir.

Ev hanımları için iş gücü piyasası dışında kalarak kurumsal yapılardan uzak şekilde ev içi üretim ve hizmet faaliyetleri gerçekleştirmek onları bu noktada dezavantajlı bir konuma sokmaktadır. Kadın iş gücü için yeterli istihdam olanağının olmaması sonucu kadınlar bu aşamaya ait işlemleri tamamlama noktasında yeterli bilgi ve deneyime erişememektedir. Bu durum onlarda endişe ve çekingenlik yaratmakta ve kimi zaman yeni bir girişimin kurulması adına engel teşkil edebilmektedir.

Tüm bu zorluklara rağmen, sıfırdan yeni bir girişim kurmak girişimciye özgür bir faaliyet alanı sunmakta ve kendi işini dilediği yönde şekillendirme imkanı tanımaktadır. Aynı zamanda diğer seçeneklerdekinin aksine işletme sürecinde gerçekleştirilmiş hataların düzeltilmesi, aksaklıkların giderilmesi, olası bir olumsuz imajı iyileştirme çabası gibi durumlar söz konusu olmamakta ve girişimciye daha sağlıklı adımlarla ilerleme olanağı vermektedir.

3.2.2.4. Evde Yerleşik Girişimler

Ev eksenli çalışma biçimlerinden biri olarak öne çıkan evde yerleşik girişimler, sahip olduğu bir çok avantajlı durum ile özellikle ev hanımları tarafından oldukça fazla tercih edilmektedir. Girişimin ev merkezli yürütülmesi sayesinde ev ortamından uzaklaşmak istemeyen, zaman ve mekan tasarrufunda bulunmak isteyen ev hanımları için evde yerleşik girişim kurma fikri oldukça cazip bir seçenek olarak ön plana çıkmaktadır.

Evde yerleşik girişimler, ev hanımlarına sahip olduğu sorumlulukları yerine getirirken bir taraftan da kendi işletmesini yönetme olanağına en çok imkan sağlayan bir işletme türüdür. Aynı zamanda dışarda bir işletmeye sahip olmanın gerektirdiği bir takım maliyetler bu seçenekle minimum orana indirgenmektedir. Diğer girişimcilik stratejileri göz önüne alındığında piyasaya giriş yapmanın ve işletme faaliyetlerine başlamanın çok daha hızlı ve kolay olduğu bu seçenek yine ev hanımlarının girişimcilik tercihlerinde belirleyici olmaktadır.

Ancak evde yerleşik girişimler sunduğu bu avantajların yanı sıra diğer tüm girişimcilik stratejilerinde mevcut olduğu gibi bir takım riskleri de içerisinde barındırmaktadır. Burada en çok dikkat edilmesi gereken noktalardan biri yürütülen girişimsel faaliyetlerin ev içinde yeterli düzeyde karşılanabilir olması gerekliliğidir. Aksi takdirde girişimin geleceği tehlikeye girecektir.

Yine ev içindeki aile bireylerinin de girişime yönelik destekleyici tutumları bu noktada önem arz etmektedir. Bu girişimlerde bir kontrol mekanizmasının bulunmaması da kişilerin girişimleri üzerinde disiplin kaybına neden olabilmektedir. Özellikle ev hanımları açısından değerlendirildiğinde ev hanımlarının iş yaşamından bağımsız olarak sahip olduğu ev içi sorumluluklarını gerçekleştirmek adına girişimcilik faaliyetlerini ihmal etme olasılığı bulunmaktadır. Bu noktada girişimcilerin ev ortamında olsalar dahi girişimlerine gereken özveriyi göstermesi ve zamanlarını doğru şekilde planlamaları önemlidir.

3.2.2.5. Sanal Girişimler

Hızla değişen günümüz dünyasında bilim ve teknoloji alanında kaydedilen ilerlemeler, yeni çalışma biçimlerinin ortaya çıkmasını mümkün kılmıştır. Özellikle küresel anlamda yayılımını hızla sürdüren ve kullanıcı sayısını gün geçtikçe arttıran internet teknolojileri, günümüzde insanlara maddi gelir imkanı sunan yeni faaliyet alanları oluşturmuş, bu alanlar ise piyasa ekonomisinde önemli bir konuma ulaşmıştır.

Bu alanlardan biri olarak ön plana çıkmış dijital girişimcilik veya internet girişimciliği olarak adlandırılan girişimcilik biçiminde bireyler, ürün ve hizmetlerini internet aracılığıyla piyasaya sunmaktadır. Özellikle maliyet oranının diğer girişim stratejilerine oranla oldukça düşük olması, yüklü miktarlarda sermaye gerektirmemesi, zaman ve mekan açısından esnek çalışma koşulları sunması ve oldukça geniş bir müşteri kitlesi oluşturma imkanı sunması açısından bir çok girişimci gibi ev hanımları tarafından tercih edilen bir girişimcilik türü olmaktadır.

Gelişen bilgi teknolojisi interneti sanal bir pazar ortamına dönüştürmekte kadınlar hem üretim hem de hizmete yönelik ortaya koydukları emeğe bu teknoloji aracılığıyla maddi bir karşılık bulabilmektedir. Ev hanımları ise günümüzde sıklıkla internet üzerinden ürün ve hizmetlerini pazarlamayı tercih etmekte ve böylece düşük bütçelerle kendi girişimlerini oluşturma hedeflerini gerçekleştirebilmektedir.

Günümüzde giderek artan oranda ev hanımı girişimcilik faaliyetlerini sanal platformlar üzerinden gerçekleştirmeyi tercih etmektedir.

Bu noktada çeşitli e-ticaret siteleri, popüler sosyal medya uygulamaları kadınların girişimcilik sürecinde girişimlerini tanıtmak, müşteri kitlesini genişletmek, ürün ve hizmetlerini pazarlamak adına kullandıkları bir araç olarak ön plana çıkmaktadır. İnternet teknolojisinin girişimcileri fiziksel bir girişim kurmanın gerektirdiği bir takım zorunluluklardan muaf tutması, az maliyet ile özgür bir girişimcilik deneyimi sunması gibi avantajlarla pazara giriş yöntemi olarak giderek popülerlik kazanmaktadır.

Sanal girişimciliğin piyasa içerisinde giderek yaygınlaşması ve bu anlamda işletmeleri daha geniş kitlelere ulaştırarak müşteri potansiyellerini arttırması aynı zamanda pazar içinde çeşitlilik yaratırken rakipler arası rekabeti de kaçınılmaz olarak güçlendirmektedir. Ev hanımlarının ise bu çetin piyasa koşulları altında girişimcilik faaliyetlerini sürdürmek, rakipleri arasında ön plana çıkmak, doğru müşteri kitlesine ulaşmak ve kazancını devamlı kılmak adına büyük bir özveri ile çalışmaları gerekmektedir.

3.3. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİ EV HANIMLARININ DESTEKLENMESİ

Ülkelerin ekonomik kalkınması, gelişim kaydetmesi, refah bir toplum oluşturulması ve istihdam oranının yükseltilmesi noktasında oldukça önemli bir kaynak niteliği taşıyan kadın girişimciliği, bu anlamda tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de bir çok yönden desteklenmekte ve teşvik çalışmaları gerçekleştirilmektedir.

Ülke nüfusunun yarısını oluşturan kadınların potansiyel iş gücü olarak ülke ekonomisine girişimcilik faaliyetleri ile katılımının gerçekleştirilmesi için kadınlara girişimcilik ruhunun aşılması, girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirebilecekleri alanların tanınması, girişimcilik sürecine yönelik maddi ve manevi destek unsurlarının sağlanması, kadınların girişimcilik ile iş gücüne katılımlarının önünü açacak yasal düzenlemelerde bulunulması kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik önemli atılımlar olmaktadır.

3.3.1. Türkiye’de Ev Hanımlarının Girişimlerine Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar

Türkiye’de de kadınların girişimci olarak ekonomi piyasası içerisinde mevcudiyetlerini arttırmaya yönelik bir çok uygulama gerçekleştirilmektedir. Bu uygulamalar, hukuksal düzenlemeler, destek programları, hibe veya kredi fırsatları, girişimciliğe teşvik edici proje ve etkinlikler gibi farklı yöntemlerle kendisini göstermektedir. Bakanlıklar ve bakanlıklara bağlı kurumlar, sivil toplum kuruluşları, küresel çapta faaliyet gösteren kuruluşlar, bankalar bu uygulamaların toplumsal alanda görünür destekleyicileri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kadının girişimcilik faaliyetlerine katılımının desteklenmesi, girişimciliğin sosyoekonomik boyutları üzerinden oluşturulmuş üç farklı yaklaşım üzerinden gerçekleştirilmektedir (Soyak, 2006, s. 169; Özyılmaz, 2016, s. 48). Özyılmaz’ın (2016, s. 48-49) aktarımıyla bu yaklaşımlardan ilki olan büyüme yaklaşımında kadının girişimcilik faaliyetleri ile ekonomik kalkınma arasında pozitif bir ilişki kurularak kadın girişimciliği ekonomik büyümenin önemli bir kaynağı olarak değerlendirilmektedir. İş yaratma yaklaşımı olarak adlandırılan diğer yaklaşımda ise kadın girişimciliği, işsizliğin azaltılması ve istihdam yaratılması noktasında bir araç olarak değerlendirilmekte ve bu amaçla destekleyici uygulamalar yapılmaktadır. Son olarak maddi yönden sıkıntı yaşayan kadınları ve ailelerini kendi işlerine sahip olmalarını sağlayarak bu durumdan kurtarmayı amaçlayan yoksulluğu azaltma yaklaşımları ile kadın girişimciliği desteklenmekte ve yaygınlaştırmaya çalışılmaktadır.

Ülkemizde 1990’lı yıllardan itibaren kadınları girişimciliğe teşvik etmeye ve kadınların girişimcilik alanında faaliyetlerini sürdürmelerine yönelik destekler giderek artmaktadır. Potansiyel kadın iş gücünün ekonomi piyasası içerisinde üretim faktörü olarak yer almasını amaçlayan bu uygulamalar ile ekonomik ve toplumsal yönden önemli gelişmeler kaydedilebilmektedir. Özellikle 1992 yılında kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik çalışmalar ilk kez kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Türkiye’de kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik gerçekleştirilen başlıca çalışmalar şu şekilde sıralanmaktadır (Ülgen vd., 2017, s. 38):

1. 1992-1993 yıllarında İlk kez Türkiye’de Kadın Girişimcilik semineri ve Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli ile konu tartışmaya açılmıştır. Türkiye genelini kapsayan ilk araştırma olan Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların

Aile ve İş İlişkileri konulu araştırma, Nilgün Çelebi tarafından yapılmıştır. Halk Bankası, Kadın Girişimci kredisi vermeye başlamıştır.

2. 1995 yılında Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, kadınların sahip olduğu mikro ve küçük işletmelerin durumunu incelemek amacıyla Küçük Girişimcilik Projesi konulu geniş çaplı bir araştırma yaptırmıştır.
3. 2002-2003 yıllarında kadın girişimcilerin iş dünyasındaki statülerini sağlamlaştırmak ve ülke ekonomisine katkılarını arttırmak amacıyla, Kadın Girişimci Derneği (KAGİDER) kurulmuştur. Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği tarafından yoksul kadınları girişimci yapmaya yönelik Mikro Kredi projesi başlatılmıştır. Avrupa Birliği ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) tarafından Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi projesi hayat geçirilmiştir. Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GAP-GİDEM) ve Kadın Merkezi (KAMER) işbirliği ile Kadın Girişimciliği projesi uygulanmıştır.

Nüfusun oldukça büyük bir kısmını oluşturan ve ülke ekonomisinin gelişimi açısından önemli bir kaynak niteliği taşıyan kadın iş gücünün girişimcilik faaliyetleri ile bu halkaya dahil edilmesi, hem kadınların çalışarak kendi ekonomik bağımsızlıklarını kazanması ve toplumsal konumlarında olumlu değişimler yaratması hem de istihdam oranının arttırılarak toplumsal refahın yükselmesi adına büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle söz konusu destekleyici uygulamaların ortaya konması, kadın girişimciliğine yönelik faaliyetlerin arttırılmasına yönelik bilgilendirici bir rol oynamaktadır.

3.3.1.1. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (KSGM)

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesinde oluşturulan Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) çatısı altında kadın girişimciliğini desteklemeye ve kadın girişimcilerin varlığını arttırmaya yönelik faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler aracılığıyla kadınların güçlü bireyler olarak toplum ve ekonomiye entegrasyonunu sağlayarak kadının sosyal yaşamdaki görünürlüğünün artması ve toplumsal alandaki konumunu yükseltmesi hedeflenmektedir.

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü'nün bu doğrultuda sahip olduğu hedefler genel olarak şu şekilde açıklanmaktadır (Arıkan, 2013, s. 52):

- Türkiye’de kadınların genel eğitim düzeyinin yükseltilmesi,

- Kadınların tarım, sanayi ve hizmetler alanındaki faaliyetlere katılımının artırılması,
- Kadınların sağlık, sosyal güvenlik ve hukuk alanlarındaki güvenliğinin sağlanması,
- Kadınların toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal açılardan eşit statü kazanmalarına yönelik politikalar geliştirilmesi ve uygulanması.

Bu bağlamda kadın girişimcileri desteklemeye yönelik faaliyetler gerçekleştiren Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, girişimci ev hanımları için de bir takım yardımlar sunmaktadır. Ev hanımları, işletmelerini kurduktan sonra Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı'na başvuruda bulunarak bu yardımlardan yararlanabilmektedir. Bu vakıflarda yer alan kurulun yaptığı inceleme ve değerlendirmeler sonucunda ev hanımları onay aldıkları takdirde bu yardımlardan faydalanma hakkı kazanmaktadır.

3.3.1.2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) kadınların girişimcilik faaliyetlerini destekleyerek ekonomik büyümeyi arttırmak ve işsizliğe çözüm olarak istihdam artışı yakalamak amacıyla Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı bir kamu kurumu olarak kurulduğu 1990 yılından bu yana girişimciler için çeşitli destek programları gerçekleştirmektedir. Girişimcilik faaliyetlerini yaygınlaştırmak ve işletmelerin başarılı şekilde varlık göstermesini sağlamak bu programların temel hedefi olmaktadır.

2010 yılı itibarıyla KOSGEB Destekleri Yönetmeliği'nde alınan kararlar, imalat sanayisine ek olarak girişimci kadınlar tarafından gerçekleştirilen üretim ve hizmet faaliyetlerinin de desteklenmesine olanak sağlamıştır. KOSGEB proje ortağı olmasıyla, İş Geliştirme Merkezleri Yoluyla Kadın Girişimciliğinin Desteklenmesi Projesi kapsamında İstanbul (Pendik), Nevşehir (Hacıbektaş), Kütahya ve Çorum illerinde Kadın İş Geliştirme Merkezi (KİŞGEM)" açılmış olup, söz konusu merkezlerde kendi işini kurmak isteyen kadın girişimcilere Yeni Girişimci Desteği verilmektedir. (Özyılmaz, 2016, s.50).

Bu bağlamda sağlanan destekler, geri ödemesiz (hibe) maddi yardımları da içeren oldukça geniş bir kategoriye sahiptir. KOSGEB tarafından sağlanan Yeni Girişimci Desteği programı, kadın girişimciler için özel ayrıcalıklar sunarak kadın

girişimcilerin girişimciliğe teşvik edilmesi noktasında önemli bir rol oynamaktadır. Öyle ki erkek girişimciler, söz konusu desteklerden %60 oranında bir hibe ile faydalanabiliyorken kadın girişimcilerde bu oranın %90 seviyelerine ulaştığı görölmektedir (Akt. a.g.e., s. 51).

Kadın girişimcilerin bu destek programlarından yararlanabilmeleri için ücretsiz olarak verilen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi tamamlamaları gerekmektedir. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi, KOSGEB ve işbirlikçileri tarafından düzenlenen, bireylerde girişimcilik ruhunu oluşturma ve sağlıklı işletmelerin kurulmasını sağlama amacından hareketle, girişimcilerin bu süreçte öğrenmesi gereken bilgi ve becerileri girişimcilere aktarmayı ve böylece girişimcilerin başarılı olma şanslarını yükseltmeyi hedefleyen bir eğitim programıdır. Bireyler, bu eğitim programını başarılı bir şekilde tamamlayıp sertifikalarını almalarının ardından işletmelerini açarak destek programlarından yararlanmaya hak kazanmaktadır.

3.3.1.3. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

Türkiye’deki kadın girişimciler tarafından oluşturulmuş bir örgütlenme türü olan Türkiye Kadın Girişimciler Derneği, 2002 yılından beri kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik faaliyetler gerçekleştirmekte ve bu bağlamda kadınlara girişimcilik süreçlerinde başarılı olmalarına yönelik çeşitli hizmetler sunmaktadır. Derneğe üye olan kadınlar, bu çatı altında eğitim, danışmanlık hizmeti alma, finansman sağlama ve iletişim ağını güçlendirme şansı bulmaktadır. KAGİDER, girişimsel faaliyetler aracılığıyla kadınların sosyal ve ekonomik anlamda toplumsal konumunu güçlendirmek adına gerçekleştirdiği bu çalışmaları hızla arttırmakta ve faaliyet kapsamını yaygınlaştırmaktadır.

KAGİDER tarafından yürütölen kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik bazı çalışmalar şu şekilde listelenmektedir (Arıkan, 2013, s. 60):

- Avrupa Kadın Girişimcileri Mentor Ağı Projesi
- Fırsat Eşitliği Modeli
- Geleceğe Yatırım Yapın: Ekonomik Büyümeyi Yöneten Kadınlar Konferansı
- Kars’taki Kızlar İlerliyor
- Kadın Girişimcilik ve Liderlik Zirvesi
- Kadın Girişimci Geliştirme Programı

- Girişimcilerin Yolunu Aydınlatıyoruz

Yalnızca kadın girişimciliğini desteklemeye ve geliştirmeye yönelik faaliyetler gerçekleştirme amacıyla kurulan tek sivil toplum örgütü olan KAGİDER, 37 kadın girişimci ile başladığı bu yolculuğa günümüzde aralarında Türkiye’de kadın girişimciliği konusunda ileri gelen isimlerin de yer aldığı 400’ün üzerinde kadın girişimciyle büyüyerek devam etmektedir (kagider.org, 2022).

KAGİDER’in resmi sitesinde belirtilen temel hedefleri ise çalışma hayatında kadın çalışan sayısının yükselmesini sağlamak ve kadın girişimcilerin desteklenmesine teşvik etmek, kadınların çalışma yaşamına dahil olması ve girişimci kimliği kazanması adına kadınlara eğitim ve mentorluk vermek, bu çalışmalarını ülke çapında yaygınlaştırmak, kadın girişimciliğinin ve ekosisteminin gelişmesi için yasal altyapıyı desteklemek ve teşvik etmek, finansal kaynaklara erişimde yol gösterici olmak, üyelerinin özel yaşamında ve çalışma hayatında gelişimlerini desteklemek ve büyüme kaydetmelerini sağlamak, eğitim hayatına devam eden kadınların aynı zamanda çalışma hayatında da yer almasını sağlamak ve girişimciliğe özendirmek, kadın girişimciliğine destek vermek adına içerik, teknoloji, savunu çalışması üretmek ulusal ve uluslararası düzeyde referans kaynağı olmaktır.

3.3.1.4. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (İŞKUR)

Türkiye İş Kurumu, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı çatısı altında oluşturulan ve bireylerin iş gücü olarak ekonomiye katılımını sağlamak, iş gücü piyasasının ihtiyaçlarını tespit etmek ve bu ihtiyaçlar kapsamında bireyleri uygun iş alanlarına yönlendirmek ile görevli bir kuruluştur. İş ihtiyacı olan bireyler İŞKUR aracılığıyla danışmanlardan kendilerine uygun açık iş pozisyonları hakkında bilgi almakta ve bu işlere başvurularını gerçekleştirebilmektedir.

İŞKUR, girişimciliğe teşvik etmek ve mevcut girişimleri desteklemek adına girişimcilere çeşitli destekler de sağlamaktadır. Bu kapsamda girişimciler için yeni işe başlattıkları çalışanlarının sigorta primlerinin belirli bir süre boyunca İŞKUR tarafından ödenmesi gibi çeşitli avantajlar sağlanmaktadır. Bu teşviklerden yararlanabilmek için işe alınan kişinin son 6 ay içinde SGK’ya bildirilmemiş olması, işe girdiği işyerindeki son 6 aylık personel ortalamasına ilave olarak işe alınması gerekmektedir.

Kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik öne çıkan uygulaması ise KOSGEB ile işbirliği içinde gerçekleştirdiği girişimcilik eğitim kursları ve bu kursları başarıyla tamamlayarak girişimini kuran kişilere verdiği hibe desteğidir. Katılımın zorunlu olduğu işletme ve iş planı yapmaya yönelik oluşturulmuş uygulamalı girişimcilik eğitimini tamamlayan ve Girişimcilik Sertifikası edinen kişiler, işletmesini kurdukları takdirde bu desteklerden kurul onayı ile yararlanma hakkına sahip olmaktadır.

3.3.1.5. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Kadın Emeği Değerlendirme Vakfı, 1986 yılında kurulan ve yoksulluğun giderilmesi ve toplumsal alanda fırsat eşitsizliğinin kaldırılması hedefi ile kadınların daha iyi standartlarda bir yaşam sürmesini ve toplumsal konumlarının güçlendirilmesini amaçlayan bir vakıf olarak çalışmalarını gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin hemen hemen her ilinde bu amaçlar doğrultusunda çeşitli faaliyetlerde bulunan KEDV, bu faaliyetlerini hızla yaygınlaştırmakta ve çoğaltmaktadır.

Kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik çalışmalarıyla da kendisini gösteren KEDV, kadınların girişimlerini kurma noktasında finansal kaynak temin etmelerine destek sağlamak adına merkezi ve yerel yönetimler, üniversiteler, ilgili kamu ve sivil toplum kuruluşları ile iletişim kurmakta ve işbirliği yapmaktadır. Aynı zamanda toplumsal sorumluluk çerçevesinde bir çok gönüllü insan ve özel sektör kuruluşları ile de bu çalışmaları sürdürmektedir.

KEDV, kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik kendi işini kurmak isteyen kadınlara finansal destek sağlamaktadır. Maya Mikro Ekonomik Destek İşletmesi adını taşıyan bu destek programı aracılığıyla girişimcilik sürecine adım atmak isteyen ama maddi yetersizlikler nedeniyle bu hedefini gerçekleştiremeyen kadınlar için mikro ölçekli kredi imkanı sunmaktadır. Aynı zamanda KEDV, bünyesine ait bir işletme olarak ortaya çıkan Nahıl aracılığıyla kadın girişimcilerin emek yoğun ürünlerini piyasaya sunarak tanıtımını yapmakta ve kadınların ürünlerini pazarlamasına yardımcı olmaktadır. Girişimci kadınlar, hem Nahıl'a ait e-ticaret sitesi hem de Nahıl dükkanları üzerinden ürünlerini pazara sunarak siparişler almakta ve böylece ürünlerini daha geniş kitlelere ulaştırma şansı yakalamaktadır.

3.3.1.6. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu

Bir meslek örgütü olarak faaliyet gösteren Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesinde girişimci kadınların donanımsal olarak kendilerini geliştirebilmesini sağlamak, kadınlarda girişimcilik ruhunun oluşturulmasına ve yaygınlaştırılmasına kaynaklık etmek adına Kadın Girişimciler Kurulu (KGK) oluşturulmuş ve bu bağlamda kadın girişimciliğini geliştirmeye ve kadınları girişimciliğe teşvik etmeye yönelik görüş ve politikaların ortaya konmasına yardımcı olmuştur.

Kadın Girişimciler Kurulu, bu bağlamda şu görevleri kendisine misyon edinmiştir (www.tobb.org.tr, 2022):

- Girişimci ruhlu kişilere, bu özelliklerini daha etkili ve verimli kullanabilmelerini sağlayacak ve iş kurmayı düşünenlere kuruluş ve devamında işi sürdürme süreçlerinde ihtiyaçları olacak temel bilgileri vermek ve yol göstermek amacıyla seminer, panel ve bunun gibi eğitim etkinliklerinde bulunmak,
- Girişimcileri ön plana çıkartarak, ülkemizde ki kadın girişimcilik bilincini artırmak,
- Kadın girişimcilerin deneyimli girişimciler yanında staj yapmalarını sağlamak,
- Koçluk sistemi geliştirerek yeni iş kuran girişimcilere deneyimli girişimciler tarafından belli sürelerde destek sağlamak,
- Üniversiteler ve sektörlerde girişimde bulunulmasına yardımcı olacak politikalar belirlemek ve bu sektörlere kadın girişimcileri yönlendirmek ve teşvik etmek amacıyla kurulmuştur.

Aynı ilde faaliyet gösteren kadın girişimciler ile kadın girişimci adayları, Türkiye genelinde mevcut olan ve akademisyenler tarafından yürütülen İl KGK'ları aracılığıyla bu noktalarda eğitim görme, kendilerini bireysel yönden ve kariyerleri açısından geliştirme, danışmanlık alma gibi girişimcilik süreçlerinde başarılı olmalarına olanak sağlayacak bir takım hizmetlere ulaşabilmektedir.

3.3.1.7. Bankalar

Kadın girişimciliğini desteklemeye ve kadınları girişimciliğe teşvik etmeye yönelik destekleyici uygulamalar çeşitli bankalar tarafından sağlanmaktadır. Bu anlamda bankalar, kendi işini kurmak isteyen kadınlar için ayrıcalıklı finansman sunmakta, işlem ücretlerinden kadın girişimcileri muaf tutmakta ve yine kadın girişimcilere girişimcilik

süreçlerine yönelik mentorluk, danışmanlık, finansal okur yazarlık eğitimi gibi hizmetleri ücretsiz olarak sağlamaktadır.

Bu destekler arasında kadınlara kendi girişimlerini kurabilecekleri finansman temin etmek ve kadınların mevcut girişimlerini geliştirebilecekleri maddi yardımı sağlamak adına Halkbank tarafından oluşturulmuş Kadın Girişimci Kredisi ön plana çıkmaktadır. 1994 yılından itibaren uygulanmakta olan bu programda, kadın girişimciliğini daha ileriye taşımak adına bir takım iyileştirmeler yapılmıştır. Kadın girişimciliğinin karşılaştıkları temel sorun alanlarından biri olan finansal kaynak sorununun çözümü amacıyla 10 Aralık 2012 tarihinde Kredi Garanti Fonu (KGF) ve Halkbank arasında kadınları girişimciliğe teşvik etmek ve onları desteklemek amacıyla “İlk Adım Kredisi Kefalet Desteği Protokolü” imzalanmıştır (Arıkan, 2013, s. 65). İmzalanan bu protokol ile kadın girişimciler, girişimlerini oluşturabilmek için gerekli olan finansmanın %95’i oranında bir kredi imkanına sahip olmaktadır. Herhangi bir teminat kaydı aranmaksızın ev ortamında kurulacak olan işletmeleri de kapsayan bu uygulama ile kadınlar düşük faiz oranları ile kendi girişimlerini kurma şansı elde etmektedir.

Halkbank gibi kadın girişimciliğini bir sosyal sorumluluk projesi kapsamında ele alan ve kadın girişimciliğinin ülke ekonomisi ve kalkınması noktasındaki öneminin bilinci içinde kadınları girişimciliğe teşvik etmek ve mevcut girişimlerini desteklemek adına çeşitli destek programlarına sahip diğer bankalarda da mevcuttur. Yine bu bağlamda Garanti BBVA tarafından sağlanan düşük faizli finansman desteğinin yanı sıra KAGİDER ile işbirliği içinde düzenlediği “Kadın Girişimci Buluşmaları” sayesinde kadın girişimciler birbirleri ile yeni işbirlikleri kurarak pazar paylarını yükseltme imkanı yakalamaktadır (garantibbva.com.tr, 2022).

Ancak kadın girişimcilere sağlanan söz konusu finansman desteklerinin yeterli düzeyde bulunmaması ve mevcut olanların teminat koşullarının yüksek olması nedeniyle bir çok kadın bu desteklerden faydalanma konusunda zorluk yaşamaktadır. Bu zorluğun giderilmesi ve kadınların kendi işletmelerini kurabilmesi önündeki engellerin aşılabilmesi adına 1991’de Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş. kurulmuştur.

Kredi Garanti Fonu ile kadın girişimcilerin ve KOBİ’lerin bankalar üzerinden finansman kaynağı edinme noktasında yaşadıkları teminat sorunun giderilmesi amaçlanmıştır. Kadın girişimciliğini destekleyen kurum ve kuruluşlar ile bankalar

arasında oluşturulan ortaklık ile kadın girişimcilerin uzun vadede uygun ödeme koşullarına sahip banka kredilerinden yararlanmasının önü açılmaktadır.

3.3.1.8. E-Ticaret Firmaları

Günümüz hızla değişen dünyasında yaşanan gelişmeler bireylerin yaşam tarzlarında ve biçimlerinde bir takım değişimleri kaçınılmaz kılmıştır. Bu gelişmelerden biri olarak ortaya çıkan internet teknolojisi bulunduğumuz zaman diliminde bir çok alanda kullanılan önemli bir araç olarak söz konusu değişimlerin temel aktörü olmuştur. İnternetin küresel çapta kendisini gösteren değiştirici ve dönüştürücü etkisi bireylerin alışveriş alışkanlıkları üzerinde de gözlenebilmektedir. Günümüzde insanlar alışverişlerini uygun fiyat ve ürün çeşitliliği gibi avantajlarla internet üzerindeki e-ticaret platformlarından gerçekleştirmektedir.

Hızla yaygınlaşarak sayısı gittikçe çoğalan ve rekabetçi piyasa koşullarında kendilerini ön plana çıkarmak adına kullanıcılarına çeşitli avantajlar sunan e-ticaret platformları, aynı zamanda bu platformlardaki pazar yerlerinde ürün ve hizmet satışında bulunan satıcılar için de bir takım destekleyici programlar uygulamaktadır. Özellikle kadın girişimciler için bir çok ayrıcalığın yer aldığı bu programlar ile kadın girişimciliği desteklenmekte ve gelişimi sağlanmaktadır. Kadın girişimciler, dijital platformlar aracılığıyla ürünlerini pazarlarken aynı zaman da evden çalışmanın sunduğu rahatlık, mekansal sınırlılık olmadan iş yapabilme imkanı, ulaşım için harcanan zaman ve maddi harcamaların ortadan kalkması gibi bir çok avantajın sahibi olmaktadır.

Kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik söz konusu programa sahip e-ticaret platformu olan Trendyol, kadın girişimciler için oluşturduğu “Trendyol Kadın Kobi Destek Programı” ile kadın girişimcilerin dijital dünyada ürünlerini pazarlamasını ve daha geniş müşteri kitlelerine ulaşmasını olanaklı kılmaktadır. Bu program kapsamında kadın girişimciler indirimli komisyon oranları, finansal işlemleri ücretsiz şekilde gerçekleştirme, vadeli ödeme yapma, reklam, pazarlama ve entegrasyon desteği, eğitim ve danışmanlık hizmeti gibi ayrıcalıklardan faydalanabilmektedir.

3.4. GİRİŞİMCİ EV HANIMLARININ KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Kadınların, çalışma hayatı içerisinde ücretli emek gücü olarak yer alması çeşitli sebeplerden ötürü yakın tarihe kadar mümkün olmamış ve bu nedenle piyasa içerisinde

ekonomik birer aktör olarak erkeklerden çok daha sonra varlık gösterebilmiştir. Erkek egemenliğinin yoğun olduğu ekonomi piyasası içerisine sonradan dahil olup kendilerine bir konum edinmeye çalışan kadınlar ise bu bağlamda bir takım problemlerle karşılaşmıştır. Girişimcilik de şüphesiz kadınların entegre olmakta zorlandıkları faaliyet alanlarından biri olmaktadır.

Girişimcilik, bu alanda faaliyet gösteren her bir birey için belirli zorlayıcılıkları olan dinamik bir süreçtir. Burada ele alınan nokta ise çalışma yaşamına dezavantajlı bir başlangıç ile dahil olan kadın girişimcilerin ve bu grup içerisinde sosyokültürel ve sosyoekonomik değişkenlerin onları daha dezavantajlı bir konuma sürüklediği girişimci ev hanımlarının kadın iş gücü olarak söz konusu süreçte toplumsal cinsiyet eşitsizliği temelinden hareketle erkek girişimcilerden farklı olarak yaşadıkları problemlerdir.

Ülke nüfusunun yarısını oluşturan kadınların iş gücü potansiyeli ve ekonomik kalkınma açısından önemi göz önüne alındığında kadınların girişimcilik faaliyetleri ile bir üretim faktörü olarak ekonomiye dahil edilmesi bir istekten çok bir ihtiyaç haline işaret etmektedir. Dolayısıyla kadınların girişimcilik faaliyetleri, ülke ekonomisi ve kalkınması açısından değerlendirilmesi gereken büyük bir kaynak niteliği taşımaktadır. Kadın girişimci adaylarını bu alanda faaliyet göstermekten alıkoyan veya mevcut kadın girişimcilerin ise işletme süreçlerinde problem yaratan unsurları ortaya koymak, kadın girişimciliğinin gelişimi için bir gereklilik olmaktadır.

Bu bağlamda girişimci ev hanımlarıyla yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler ve literatür taraması yapılarak ulaşılan bilgiler aracılığıyla girişimcilik sürecinde kadınların ve girişimci ev hanımlarının yaşadıkları başlıca problemler, mikro sorunlar ve makro sorunlar başlıkları altında toplanarak incelenmeye ve açıklanmaya çalışılmıştır.

3.4.1. Mikro Sorunlar

Kadın girişimciler içerisinde girişimci ev hanımlarının bu süreçte daha yoğun olarak yaşadığı kadın olmanın yarattığı mikro sorunlar, genel olarak şu başlıklar üzerinden kendisini göstermektedir.

3.4.1.1. Özgüven Eksikliği ve Başarısızlık Korkusu

Özgüven, girişimci ruhun gerekliliklerinden biri olan ve bireylerin bir çok tehlike ve riskli durumu içerisinde barındıran bu süreçte girişimini geliştirecek cesur hamleler yapmasına olanak sağlayan bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda kişinin kendine güvenmesi, girişiminin başarılı bir şekilde faaliyet göstermesini isteyen her girişimci için önem taşımaktadır.

Başaracağına dair inancı yüksek olan özgüven sahibi girişimciler, girişimci düşüncenin temel yapıtaşları olan yeni fikirler üretme, farklılık yaratma, cesaretlilik, yol göstericilik ve liderlik gibi bir çok vasfı bu süreçte ortaya koyup girişimini geliştirirken, bu gelişimin kişide yaratmış olduğu zafer duygusu yine girişimcinin kendine olan inancını daha yoğun bir şekilde sürdürmesini ve faaliyetlerine daha yüksek bir motivasyonla devam etmesini sağlamaktadır.

Kadın ve erkek girişimcilerin özelliklerini ele alan Güney (2008), kadın girişimciler ve erkek girişimciler arasında girişimcilik başarısına etki eden önemli bir faktör olan özgüvenin, kadın ve erkeklerde birbirinden farklı düzeylerde bulunduğunu belirtmektedir. Buna göre erkek girişimciler yüksek düzeyde bir özgüvenle girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken, kadın girişimciler bu noktada orta düzey bir özgüvenle daha içe dönük bir duruş sergilemektedir.

Bu durum, ev hanımlarının girişimcilik sürecinde de çoğunlukla ön plana çıkan bir sorunu ifade etmektedir. Özgüven eksikliğinin psikolojik, demografik, ekonomik gibi bir çok faktöre bağlı olarak ortaya çıkması söz konusu olsa da iş gücüne katılım ve girişimcilik açısından değerlendirildiğinde toplumsal cinsiyetin kadın ve erkek arasında yarattığı bir takım eşitsizlikler sonucu ev hanımları ekonomik faaliyetlere katılım noktasında yeterli özgüvene sahip olamamakta, mevcut bir işletmeye sahip olanlar ise işletmelerini ileriye taşıyacak atılımlarda bulunma cesaretini gösterememektedir.

Dolayısıyla kadın girişimciliğinin geliştirilmesi, ev hanımlarının bu alanda başarılı bir şekilde faaliyet göstermesi ve kadınların ekonomi piyasası içerisinde varlıklarını arttırıp mevcut konumlarını kuvvetlendirmesi adına özgüven noktasında yaşanan problemlere çözüm getirilmesi bir gereklilik olmaktadır.

3.4.1.2. Toplumsal Rollerin Çatışması

Toplum tarafından inşa edilen cinsiyet temelli roller, kadın ve erkeğin birbirinden farklı görev ve sorumluluklara sahip olmasına neden olmuştur. Bu rollerin yarattığı eşitlikten uzak söz konusu görev ve sorumluluklar kadını genellikle ev içi mekanda sınırlayarak onlara eş, çocuk, yaşlı bakımı, temizlik, yemek gibi bu alana yönelik bir takım işler yüklerken, erkeği ev dışı mekanda çalışarak evin geçimini sağlayacak maddi geliri kazanmak üzere konumlandırmıştır. Dolayısıyla toplumsal roller, erkekleri çalışma hayatı içerisinde aktif faaliyet gösteren bireyler olarak ev içi sorumluluklardan muaf tutarken kadınlar üretim ve hizmet faaliyetlerini ev içi mekanda ücretsiz olarak sürdürmek durumunda kalmıştır.

Tarihsel süreçte kadınların çalışma yaşamına dahil olmaya başlaması ve ev dışı mekanlarda ücretli iş gücü olarak yer alması, söz konusu toplumsal rollerin kadına yüklediği sorumluluklar üzerinde belirgin bir değişiklik yaratmamıştır. Günümüzde ücretli iş gücü olarak ekonomi piyasasında aktiflik gösteren çoğu kadın, mesailerinin bitmesiyle birlikte üretim ve hizmet faaliyetlerini ücretsiz emek gücü olarak ev içinde sürdürmektedir.

Erkekler sahip oldukları maddi gelir yaratma ve evin geçimini sağlama görevini günümüzde eşleri ile birlikte üstlenip toplum tarafından vazifelerini tamamlamış kabul edilirken, kadınlar bu görevin yanı sıra ev temizliğini ve düzenini sağlamakla, yemek hazırlamakla, çocuk bakmakla mükellef olmayı sürdürmektedir. İş ve aile yaşamı arasında ikiye bölünen kadınların bu ikilik arasında dengeyi sağlamaya yönelik zorlu çabası, çalışma yaşamına katılımları ve devamlılıkları önünde ciddi bir engel teşkil etmektedir.

Girişimcilik, her ne kadar kendi işine sahip olmanın bir avantajı olarak zaman ve mekan açısından bireylere daha özgür bir çalışma ortamı ve serbestlik imkanı sunsa da, kadın girişimciler toplumsal rollerin kadına yüklediği görev ve sorumluluklar nedeniyle bu avantajlardan erkek girişimciler kadar faydalanamamaktadır. Kadınlar, faaliyet gösterdikleri iş alanı ne olursa olsun sahip oldukları mesleki unvanların yanı sıra eş, anne gibi kimlikleriyle toplumda var olmaktadır. Kadınların evlilikleri, çocukları olduğu takdirde annelikleri onların toplumda salt olarak çalışma hayatına ait kimlikleriyle ön plana çıkmalarına izin vermemektedir. Bu durumda kadınlar, çalışan kadın olarak değil, çalışan anne olarak anılmakta ve böylece ev dışı mekanda çalışsa dahi onu ev içine

ait gören anlayıştan uzaklaştırılmamakta, evde kendisini bekleyen görev ve sorumlulukları kadına hatırlatılmaktadır.

3.4.1.3. Zaman Sıkıntısı

Kadınların çalışma yaşamına dahil olması ve ücretli emek gücü olarak piyasa içerisinde ekonomik bir aktör haline gelmesi, sahip oldukları cinsiyet temelli toplumsal roller üzerinde bir değişim yaratmamıştır. Bu durum, günümüzde formel iş gücü olarak aktif şekilde üretim ve hizmet faaliyetleri gerçekleştiren kadınların, yine piyasa içerisinde erkeklerin ücretli olarak gerçekleştirdiği bu faaliyetleri ücretsiz şekilde ev içinde sürdürmeye devam etmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla günümüzde çalışan kadınlar, dışardaki mesailerinin bitmesiyle birlikte faaliyetlerini sürdürmek üzere ev içindeki mesaisine başlamaktadır. Kadınlar, bu anlamda sonu olmayan yoğun bir mesai temposu içerisinde bu iki alan arasında denge sağlamak adına üst düzey çaba sarf etmektedir.

Girişimciliğin özünde bulunan yaratıcı olmak, yeni fikirler üretmek, farklılık ortaya koymak, değişimleri yakalamak ve onlara adapte olmak, ilerlemek gibi özellikler, girişimcilik faaliyetlerini girişimcinin sürekli ilgisine muhtaç kılmaktadır. Bu anlamda girişimcilik, girişimci kişilerin sürekli olarak kendisini geliştirmesini, rekabetin üst düzeyde yaşandığı bu alanda zorlu rakiplerini geride bırakabilmek için önemli ölçüde zamanını ve dikkatini vermesini beklemektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte küresel çapta yaşanan hızlı ve keskin değişimler karşısında adaptasyon sağlayamayan ve yeniliklere uyum gösteremeyen oluşumlar, piyasadaki konumunu yavaş yavaş kaybetmekte ve en sonunda faaliyetlerine son verme riski ile karşı karşıya kalmaktadır. Dolayısıyla girişimin başarısı, bu özelliklerin girişimci tarafından karşılanma düzeyi ile paralel olarak kendisini göstermektedir.

Girişimcilikte başarılı olmanın gerektirdiği bu özel ilgi ve çaba, kadın girişimcilerin ev ve iş yaşamı arasında ikiye bölünmüş çalışma yoğunluğu içerisinde yeterince karşılanamamaktadır. Kadın girişimciler, kendilerini ve dolayısıyla girişimlerini geliştirmelerini sağlayacak, piyasa içerisindeki konumlarını güçlendirecek faaliyet ve etkinlikler için yeterli vakti bulamamaktadır. Kadının toplum içinde çalışan kadın kimliğinden önce gelen eşlik, annelik gibi rolleri, onun çalışma yaşamında ilerleme kaydetmesi için kişisel gelişimine harcaacağı zamanı evi, eşi ve çocukları için harcaması gerektiğini öngörmektedir. Bu durum, girişimci kadınların ve özellikle girişimcilik

alanına ev hanımı kimliğiyle dahil olan kadınların girişimleri adına yapacakları gelişimsel faaliyetlerden onları alıkoymaktadır.

3.4.1.4. Toplumsal Cinsiyet Temelli Ayrımcılık

Cinsiyete dayalı toplumsal roller, kadın ve erkeğe toplumda farklı görev ve sorumluluklar yüklerken aynı zamanda onların faaliyet göstereceği mesleki alanların belirlenmesi üzerinde de etkili olmaktadır. Kadınların çalışma yaşamlarını yönlendiren ve kariyer olarak geleceklerini belirleyen bu faktör, kadının faaliyet göstermeye uygun olduğu meslek alanlarını sahip olduğu toplumsal roller ile uyumlu olacak şekilde belirlemiştir. Bu bağlamda kadınların toplumda öncelikli olarak sahip oldukları eşlik, hanımlık ve annelik rollerinin onlara vermiş olduğu çocuklarla ilgilenmek, yemek yapmak, ev içi temizliğini ve düzenini sağlamak gibi görevlere paralel şekilde öğretmenlik, çocuk ve hasta bakıcılık, hemşirelik, sekreterlik, gündelikçilik gibi atılım yapma ve ilerleme olanağı sınırlı olan mütevazı meslek dalları kadınlar için idealize edilmiştir. Erkekler ise erkek olmanın güç, hırs, azim, dayanıklılık, cesaret gibi özelliklerle eşdeğer tutulduğu bir anlayış üzerinden kendilerini bu özelliklere uygun meslek dallarında geliştirme imkanı bulmuştur.

Cinsiyet temelli toplumsal rollerin kadın ve erkek için inşa ettiği ayrımcı roller ve bu rollerin getirisi olarak kadın ve erkeğe birbirinden farklı olarak idealize edilen meslek alanları, kadınların girişimcilik başarıları üzerinde de etkili olmaktadır. Girişimci kişiliğin olmazsa olmazı olarak kabul edilen ve toplumsal cinsiyete dayalı eril egemen geleneksel anlayışın erkeklikle özdeşleştirdiği söz konusu özellikler, kadının şefkatli, merhametli, evcimen ve uysal yapısına ters kabul edilmekte ve kadınlığın özellikleri ile uyuşmayan girişimcilik alanında kadınların başarılı olamayacağı ön yargısı kendisini göstermektedir. Bu durum kadınların, sektör içerisinde erkeklerin gerisinde kalmasına ve kendi varlıklarını yeterince ortaya koyamamalarına neden olmaktadır. Erkek egemen sektör içerisinde kadınların bir yer edinebilmesinin ne kadar başarılı olsalar dahi güç bir durum olduğunu ifade eden Sheppard'ın (1992) açıklaması, toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılığın kadınların sektör içerisindeki konumu üzerindeki belirleyici etkisini desteklemektedir (Gökakın, 2000, s. 114).

Kadınların, çalışma yaşamı içerisinde maruz kaldığı toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılığın hiçbir yasal dayanağı bulunmamakla beraber, bu ayrımcılıkların önüne geçilmesi adına hukuki önlemler alınmaktadır. Ancak, yasalarla desteklenen bu önlemler

çeşitli sebeplerden ötürü çalışma hayatı içerisinde varlık göstermekte gecikmiş ve kendisini çok uzak olmayan bir tarihte bu alanda var etme imkanı bulmuş kadınların, erkek yoğunluğunun fazla olduğu iş gücü piyasası içerisinde ayrımcı tutumlara ve uygulamalara maruz kalmasını engellememiştir.

Girişimcilik alanı da bu anlamda erkeklerin kadınlara oranla daha yoğun faaliyet gösterdikleri bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki kadın girişimciler, toplumda kadınlara yönelik süregelen cinsiyete dayalı kalıplaşmış önyargılar nedeniyle girişimcilik faaliyetlerini sürdürme ve geliştirme aşamasında bir takım zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Kadın girişimciler, erkeklere göre çok daha sonra dahil olabildikleri piyasa içerisinde deneyim, tecrübe, eğitim gibi eksiklikleri nedeniyle iş ve sosyal çevresinde başarısız olacağı kanısı oluşturmaktadır.

Bu anlamda kadın girişimciler finansman temin etme, eğitim alma, yeni işbirlikleri kurma, network ağını genişletme gibi girişimlerini geliştirecek uygulamaları hayata geçirmekte zorlanmakta, bu da hem kendilerine olan güvenlerini hem de girişimlerinin başarısını olumsuz yönde etkilemektedir.

3.4.1.5. Sınırlı Sosyal Çevre ve İş Ağı

Toplumsal cinsiyetin kadın için belirlemiş olduğu roller, kadının içinde bulunduğu sosyal yapı ve çevrenin de doğrudan belirleyicisi konumunda olmuştur. Bu bağlamda kadının sahip olduğu cinsiyet temelli toplumsal rollerinin bir getirisi olarak ev içi ile sınırlandırılmış toplumsal konumu, kadına sınırlı bir sosyalleşme alanı tanımıştır. Bu nedenle kadınlar içinde özellikle bu sınırlamaların kendisini en yoğun şekilde gösterdiği grup olarak öne çıkan ev hanımları, kısıtlı bir alanda ve kısıtlı bir sosyallik seviyesinde yaşamlarını idame ettirmiştir.

Kadınların çalışma yaşamına dahil olması, şüphesiz onların sosyalleşme sınırlarını genişleten ve yeni sosyallikler kazandıran bir gelişmeyi ifade etmektedir. Ancak kadınların iş yaşamıyla kazandıkları bu yeni sosyallikler, erkeklerin sahip olduğu sosyal ağlar kadar büyük oranda bir genişlik kazanmamıştır. Bu duruma neden olan unsurun ise kadınların ekonomik bir aktör olarak çalışan kadın kimliğinden önce gelen eş ve anne gibi kimlikleri gösterilebilir. Öyle ki kadınlar bir eş ve bir anne olarak sahip oldukları görev ve sorumlulukları yerine getirebilmek adına sosyal alanlardan çekilmekte ve kendilerini geri planda bırakmaktadır. Aynı zamanda kadınların sınırlı düzeyde gerçekleşen sosyal etkileşimleri, bu süreçte onların daha içe dönük ve çekingen bir yapıya

bürünmesine neden olmakta ve yeni sosyalliklere ve etkileşimlere karşı mesafeli duruşlarını arttırmaktadır.

Kadınların sınırlı sosyal ağları, şüphesiz girişimcilik süreçleri üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Kadın girişimciler bu anlamda girişimlerini daha başarılı kılacak ve ilerleme kaydetmelerini sağlayacak önemli bağlantılar kurmakta zorlanmakta, yol gösterici bilgi ve tecrübe olarak kendilerine gelişim imkanı sunacak paylaşımlardan uzak kalmaktadır. Erkek girişimciler, bu konuda kadınlardan daha aktif bir tutum sergileyerek sahip oldukları bağlantılar aracılığıyla kendilerini ve girişimlerini geliştirebilecekleri birliktelikleri daha sık şekilde gerçekleştirmektedir. Erkek egemen piyasa koşulları içerisinde iletişim kurma ve sosyal bağlantılar edinme konusunda sıkıntı yaşaması, kadın girişimcilerin varlıklarını daha yoğun bir şekilde gösterebilmesi noktasında bir dezavantaj yaratmaktadır.

Yine kadınların sahip oldukları sınırlı sosyal çevre içerisinde kadınları girişimcilik alanında cesaretlendirecek, bilgi ve tecrübesiyle bu süreçte yol gösterici olacak girişimci bir rol modelin bulunmaması da kadınların girişimcilik faaliyetlerine yönelmesi önünde bir engel teşkil etmektedir. Özellikle kadın girişimci rol modellerin kadınların sosyal çevrelerinde oldukça az olması, rol modelliğin girişimciliğe yönelmede önemli bir etken olarak kabul edildiği göz önüne alındığında kadın girişimciliğinin gelişimi adına bir eksikliğe işaret etmektedir.

3.4.1.6. Ticari Deneyim Eksikliği

Cinsiyet temelli oluşturulmuş toplumsal roller, tarihsel süreçte kadını çalışma yaşamından alıkoyan faktörlerin temel kaynağını oluşturmaktadır. Günümüzde kadınlar çalışma yaşamında aktif faaliyet gösteren önemli ekonomik aktörlerdir ancak piyasa içerisinde erkekler kadar yoğunluk taşımamaktadır. Çünkü kadın, toplumsal rollerin beraberinde getirdiği görevler ve sorumluluklar neticesinde çalışma yaşamında erkekler kadar yer alamamış ve piyasa içerisine iş gücü olarak sonradan dahil olmak durumunda kalmıştır. Bu durum, günümüzde kadınların çalışma yaşamında sıklıkla karşılaştıkları ayrımcılıkların nedenini oluşturmaktadır. Çalışma yaşamında uzun bir süre boyunca varlık gösteremeyen ve bu anlamda deneyim ve tecrübe bakımından erkeklerden çok daha geride başlayarak kendisine piyasa içerisinde bir konum edinmeye çalışan kadınların, bu süreçte başarılı olmak adına çok daha yoğun bir çaba sarf etmesi gerekmektedir.

Kadın girişimciler, bu eksikliğin yaratmış olduğu olumsuzlukları girişimcilik süreçleri üzerinde de yoğun şekilde hissetmektedir. Özellikle girişimcilik becerilerini geliştirmek ve mesleki yeterlilik düzeyini arttırmak adına herhangi bir eğitim almamış ve bu anlamda daha önce bir işte çalışarak deneyim kazanmamış ev hanımları, girişimsel faaliyetlerini sürdürme noktasında çeşitli problemler yaşamaktadır. Daha önce iş gücü piyasası içerisinde ekonomik bir aktör olarak yer almış ve bu anlamda çalışma yaşamına adapte bir vaziyette tecrübe sahibi olarak girişimcilik faaliyetlerine adım atmış girişimciler, bu anlamda başarı oranlarını yükseltmekte ve piyasa içerisinde kendi varlıklarını daha çok gösterebilmektedir.

Ticari tecrübe girişimcilere fırsatları görebilmesi ve bunları değerlendirebilmesi, riskli hamleleri doğru şekilde analiz edebilmesi ve atılımlarını bu analizler doğrultusunda girişimi için en faydalı şekilde gerçekleştirebilmesi, piyasa koşullarını daha yakından tanıyarak bu değişken koşullara en iyi şekilde uyum sağlayabilmesi gibi girişimin performansını doğrudan etkileyen kritik faydalar sağlamaktadır. Ancak erkeklerden çok daha sonra çalışma yaşamına entegre olmaya başlayan kadınlar için girişimlerinde başarı getirecek bu önemli faydalar birer eksiklik olarak süreç içerisinde kendisini göstermekte ve kadın girişimciliğinin gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Kadın girişimcileri, erkek girişimcilerden daha dezavantajlı bir pozisyonda bırakan bu eksikliğin altında yatan ise daha makro bir boyuta karşılık gelen kadınların eğitim alma sorunu bulunmaktadır.

3.4.2. Makro Sorunlar

Kadın girişimcilerin girişimcilik süreçleri üzerinde olumsuz etkiler yaratan ve faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürmesini engelleyen mikro boyutlu sorunların oluşumuna kaynaklık eden faktörler incelendiğinde altında yatan unsurların genellikle daha makro boyutlu problemlere işaret ettiği görülmektedir. Bu süreçte kadın kimliği ile toplumsal alanda kendisini ekonomik bir aktör olarak var etmeye çalışan girişimcilerin ve özellikle girişimci faaliyetlerde bulunan ev hanımlarının bu süreçte zorluklar yaşamasına neden olan makro boyutlu problemler, aşağıdaki ana başlıklar üzerinden açıklanmaktadır.

3.4.2.1. Mesleki Eğitim ve Donanım Eksikliği

Girişimcilik, girişimci kişilerin belirli bir takım donanım ve bilgileri kendisinde bulundurması halinde başarıyı vaat eden bir çalışma alanı olmaktadır. Bu anlamda hem

kadın hem de erkek girişimciler, faaliyetlerini sağlıklı bir şekilde sürdürmek ve başarılı bir girişim örneği ortaya koymak adına bu yeterliliklere sahip olmalıdır. Girişimcilik sürecinde kişilerin işletmelerini doğru biçimde yönetebilmesi, finansal kaynaklara kolay şekilde erişim sağlayabilmesi, çeşitliliğin yoğun olduğu ve buna bağlı olarak rekabetin de üst düzeyde yaşandığı piyasa içerisinde ürün ve hizmetlerini en iyi şekilde pazarlayabilmesi, doğru analizler yaparak girişiminin başarısını yükseltecek hamlelerde bulunabilmesi girişimci bireylerin mesleki eğitim ve donanım düzeylerine paralel olarak kendisini gösteren girişimcilik becerileridir.

Ancak toplumsal cinsiyetin kaynaklık ettiği eğitim fırsatlarında eşitsizlik, kadınların eğitim olanaklarından yeterli düzeyde yararlanamamalarına ve girişimcilik faaliyetlerini söz konusu ayrıcalıklı durumlardan yoksun olarak gerçekleştirmelerine sebep olmaktadır. Kadınlar, günümüzde eskiye oranla eğitim olanaklarından çok daha fazla yararlanmakta ve kendilerini geliştirerek çalışma hayatı içerisinde yoğunluklarını giderek arttırırsa da bu artış kadın girişimciliğinin gelişimi açısından yeterli bir seviyeye karşılık gelmemektedir.

Kadınların eğitim düzeyi ile mesleki bilgi ve donanım eksiklikleri, girişimcilik faaliyetlerini sürdürme noktasında başarılarını etkileyen önemli bir değişken olmasının yanı sıra bu sürecin öncesinde onların girişimcilik faaliyetlerine ilgi ve yönelimleri üzerinde de belirleyicilik taşımaktadır. Çeşitli sebeplerden ötürü eğitim almamış ve formel iş gücü piyasası içerisine dahil olabilecek mesleki yeterliliğe ulaşamamış kadınlar, girişimcilik alanında faaliyet gösterememenin yanısıra kayıt dışı ekonominin zorlu çalışma koşulları altında kendisine bir ekonomik gelir yaratma gayretinde olmaktadır.

Bu anlamda enformel piyasanın düşük ücretli emek yoğun çalışma koşulları, kadınların bir yandan girişimci faaliyetler gerçekleştirecek yeterlilikte olmamalarından dolayı zorunlu olarak dahil oldukları bir istihdam biçimini temsil ederken aynı zamanda bu koşullarını zorlayıcılığı karşısında kendilerini girişimciliğe yönlendiren itici bir unsur olabilmektedir.

3.4.2.2. Sermaye Temini

Bir girişimin kurulmasından düzenli olarak faaliyete geçmesine kadar sürecin tamamını mümkün kılan ve devamlılık sağlayan unsur sermaye olmaktadır. Her bir girişimci, sahip olduğu sermaye ile işletmesini kurmakta ve geliştirmektedir. Ancak bu noktada kadın girişimciler, sermaye temin etme noktasında erkekler girişimcilere kıyasla

daha çok uğraş vermekte ve hatta kimi zaman bu uğraşlarından istedikleri sonuçları elde edememektedir. Özellikle eğitim ve tecrübe olarak diğer girişimcilerin gerisinde kalmış kadınlar, kimi zaman işletmelerini hayata geçirmelerini sağlayacak kimi zaman da mevcut girişimini büyütme imkanı sunacak finansal kaynağa ulaşamamaktadır. Bu durum potansiyel kadın girişimcilerin bu alanda faaliyet göstermekten çekinmesine neden olmakta veya mevcut kadın girişimcilerin büyüme kaydetmesine engel bir durum halini almaktadır.

Kendi işletmesini açarak üretim ve hizmet faaliyetlerini bir başkası hesabına değil kendi adına gerçekleştirmek isteyen her bir girişimci adayının sermaye için mevcut bir birikimi olmaması halinde banka kredilerinden faydalanma şansı vardır. İşletmesini kurarken kendi öz sermayesini kullanarak girişimciliğe adım atan kişiler de yine girişimlerini büyütme ve geliştirmek için de bu kredilere başvurabilmektedir. Ancak bu kredilerden yararlanmak için bankaların gerekli koştuğu şartlar, kadın girişimciler için oldukça zorlayıcı olabilmektedir. Bankaların kredi vermek için istemiş olduğu teminat koşulları, kadınların gösterebilecekleri herhangi bir varlığının olmaması veya mevcut mal varlıklarının kendi adlarına değil ailedeki diğer erkek bireyler üzerine kayıtlı olması nedeniyle kadınlar tarafından karşılanamamaktadır.

Türkiye'de mülkün sadece yüzde 9'u kadınların üzerinde iken, bu rakam ABD'de yüzde 50 seviyesindedir ve bu nedenle girişimde bulunmak isteyen kadınların önüne öncelikle ekonomik engeller set çekmektedir (Keskin, 2014, s. 89). Özellikle finansal okuryazarlığı olmayan kadınlar, bu anlamda bankalardan sermaye için kredi temin edememekte veya bu tarz bir olanağın varlığından haberdar olmadığı için herhangi bir başvuruda bulunmamaktadır. Bu durum kadın girişimcilerin, çoğunlukla sahip oldukları birikim doğrultusunda kendi işletmelerini kurmalarına ve bu işletmelerin de çoğunlukla daha küçük ölçekli olarak statik bir gelişim çizgisinde ilerlemelerine neden olmaktadır.

Yapılan bir araştırma, Türkiye'de kadınların kurduğu işletmelerde başlangıç sermayesinin, erkeklerin kurduğu işletmelerdeki başlangıç sermayesi rakamının yarısından az olduğunu göstermektedir (Gürol, 2000, s. 232 akt. Arıkan: 2013, s. 81). Dolayısıyla kadın girişimciler, finansman sağlama yönünden daha avantajlı bir konumda olan erkek girişimcilere oranla küçük ölçekli işletmelerini geliştirmek ve bankalara karşı finansal güvenilirliklerini arttırmak adına daha yoğun bir çaba sergileme zorunluluğundadır.

3.4.2.3. Yasal İşlemlerin Zorlayıcılığı

Bir girişimin oluşturulması ve bu oluşuma resmiyet kazandırılması için girişimcinin başvurması gereken kurumlar, hazırlaması gereken evraklar bulunmaktadır. Kadınların girişimci faaliyetler gerçekleştirmesi önünde engel teşkil eden herhangi bir yasal düzenleme veya kadın ve erkeklerin kendi işletmelerini kurabilmek adına gerçekleştirmesi gereken farklı uygulamalar bulunmamaktadır. Ancak kayıtlı ekonomide iş gücü olarak erkeklerden çok daha sonra istihdam olanağı bulan ve bu nedenle deneyim ve tecrübe bakımından bu alanda erkeklere oranla daha çok yabancılık çeken kadınlar, bir girişim kurma noktasında zaman ve uğraş isteyen bu süreçte oldukça zorlanmaktadır.

Kimi zaman yasal prosedürlerin gerçekleştirilmesi noktasında kadın girişimci adaylarının tecrübe ve bilgi eksikliklerinden dolayı duydukları çekingenlik ve endişe, onları girişimcilik alanından uzaklaştırabilmektedir. Geleneksel ataerkil aile yapısının sürdürüldüğü toplumlarda kadının ev içindeki konumu, onu bürokratik yapıdan uzak tutmuş ve kadınlar, gerek duydukları takdirde bu işlemleri ailedeki erkek bireyler aracılığıyla halletmiştir. Dolayısıyla bu durum kadınların hem girişimcilik süreçlerinde hem de girişimcilik alanına adım atmaya karar verme aşamalarında engel teşkil eden bir sorun halini almıştır.

Bürokratik işlemlerin tamamlanması, aynı zamanda girişimcinin zaman ve çabasıyla mümkün olmaktadır. Bu durum hem kadın hem de erkek girişimciler için zorlayıcı bir süreç olabilmektedir. Ancak kadınların sahip oldukları annelik, eşlik gibi toplumda diğer kimliklerinden önce geldiği kabul edilen toplumsal rolleri, onların çalışan kadın olarak bu işlemler için zaman ayırmasına fazla müsaade etmemektedir. Girişimciliğin, sürecin her aşamasında girişimciden beklediği özel ilgi ve zaman, bu noktada da kadın girişimciler için problem oluşturmaktadır.

3.4.2.4. İletişim Kurma ve Örgütlenme Sorunu

Girişimcilik, girişimci kişilerin birbirleri ile iletişim halinde kalarak her türlü kaynak, bilgi ve deneyimlerini kendi içlerinde paylaşmaları ile gelişimin hızlandığı bir alan olmaktadır. Girişimciler, bu anlamda işletmeleri için faydalı olacak bu paylaşımlar ile niteliklerini arttırırken yine bu paylaşımlar aracılığıyla diğer girişimciler için önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Girişimcilerin içerisinde bulunan diğer girişimciler ile paylaşımda bulundukları bu sosyal sermaye alanları ne derece gelişmiş olursa,

girişimlerinin başarısına katkı sağlayacak olan önemli unsurlardan faydalanma şansları da paralel olarak artmaktadır.

Erkek egemen ekonomi piyasası içerisinde kadın girişimcilerin bu tarz birlikteliklerle beraber görünürlüklerini arttırması ve daha güçlü bir şekilde varlıklarını ortaya koyabilmesi önem taşımaktadır. Çünkü kadın girişimciler arasındaki iş ilişkileri ve yardımlaşmalar, kadınların hem iş kurma ve sürdürme aşamalarında yeterliliklerini arttıran hem de örgütlenmelerine izin veren ilişki zeminlerini hazırlamaktadır (Yetim, 2002, s. 89). Birlikte hareket edebilmek, ortak karar almak ve sivil toplum kültürünü geliştirmek için kadın girişimcilerin sahip oldukları iş tecrübelerini paylaşmaları, bilgilerini diğerlerine aktarmaları, potansiyel güçleri ve kapasitelerini keşfederek birbirlerine yardım edebilmeleri için çok iyi bir iletişim ağı kurmaları gerekmektedir. (İlter, 2008, s. 119 akt. Arıkan, 2013, s. 86).

Geleneksel ataerkil anlayışın günümüz toplumsalında devam eden etkisi, kadınların toplumsal cinsiyet temelinde kendileri için uygun görülmeyen mesleklere yönelmesini olumlu karşılamamaktadır. Girişimcilik de gerektirdiği kişilik özellikleri ve yönetsel bir süreci ifade etmesi sebebiyle erkekler için uygun görülen bir alan olmuş ve kadınlar için bu alanda faaliyet gerçekleştirmek çok daha zorlu bir hal almıştır. Erkeğin üstünlüğünü kabul eden ataerkil anlayış karşısında kadınlar girişimcilik de dahil olmak üzere bir çok alanda bu zorluklarla mücadele etmek durumundadır.

Kadın girişimciliğinin temelinde yatan birçok engelin aşılammaması, kendini çevreleyen sorunlarla başa çıkamamasının nedenlerinden biri sorunların dünya genelinde bir bütünlük içinde değerlendirilmemesi ve etkin bir şekilde örgütlenememeleridir (Ersarı, 2015, s. 52). Dolayısıyla kadınların ataerkil hakimiyete karşı bir araya gelerek bu zorlukları aşma ve kadın gücünü kanıtlama noktasında kuracakları birlikteliklerde birbirlerine vereceği her türlü destek çok daha anlam kazanmaktadır. Bunun için kadın girişimciler kendi aralarında bir araya gelerek örgütlenmeli ve birbirleri ile iletişim halinde olmayı sürdürmelidir.

Kadın girişimciler arasında gerçekleştirilecek iyi bir örgütlenme, “yeni iş kurmak isteyen kadınları desteklemek, kuruluş aşamasında yol göstermek, kredi sağlamak için rehberlik vermek, birbirine yakın işkollarında çalışanlar arasında koordinasyon ve iletişim sağlamak, üyeler arası sosyal ilişkileri düzenlemek, diğer kadın örgüt ve gruplarıyla ilişki kurmak, hukuki sorunlar için rehberlik yapmak vb.” (Özyılmaz,

2016, s. 62) gibi kadın girişimciliğini geliştirecek bir çok hedefin gerçekleştirilmesini mümkün kılmaktadır.

Geleneksel aile yapısı içerisinde ataerkil bir çatı altında yaşamını sürdüren kadınlar, bu tür mesleki örgüt yapıları içerisinde yer almamakta ve sosyal sermayelerini geliştirmeye yönelik bağlantılar kuramamaktadır. Çalışma yaşamı içerisinde söz konusu örgütsel birliktelikler daha çok erkek girişimciler tarafından oluşturulmakta ve bu durum erkek girişimcilerin, kadın girişimciler karşısındaki üstünlük avantajını arttırmaktadır. Günümüzde her ne kadar kadın girişimcileri bir araya getirmeye ve bu birlikteliklerin kadın girişimcilere sağlayacağı faydalar noktasında bilgilendirmeye yönelik çalışmalar yapılsa da kadın girişimciler arasındaki örgütsel birliktelikler istenilen düzeye ulaşamamaktadır.

3.4.3. Çözüm Önerileri

Ülke nüfusunun yarısını oluşturan ve bu anlamda ekonomik kalkınma açısından ülkeler için önemli bir iş gücü potansiyelini oluşturan kadınların, girişimcilik sürecinde karşılaşmış oldukları söz konusu problemlerin ortaya konması ve çözülmesi önem arz etmektedir. Günümüzde kadın girişimci sayısının oldukça düşük seviyelerde seyretmesi ve hedeflenen artışın istenilen oranda gerçekleşmemesi bu sorunların varlığı ile doğrudan ilgili olmaktadır.

Kadınların birer iş gücü olarak ekonomi piyasası içerisinde yer alması hem ülke kalkınması hem de toplumsal refahın yükseltilmesi açısından son derece önemli iken, Türkiye'nin de içerisinde yer aldığı gelişmekte olan ülkelerde bu önemin bilinci toplumsal alanda yeterince kavranamamıştır. Özellikle kadın girişimciliği gibi değerli faaliyetler, genellikle kadınların kişilik ve yapısal özellikleri ile uyumsuz olduğu düşüncesi nedeniyle toplum tarafından yeterli desteği görememektedir.

Kadınların girişimcilik faaliyetleri bu anlamda kadınların kariyer olarak kendilerini geliştirme, toplumsal konumunu güçlendirme ve çalışan bir kadın olarak toplumsal alandaki varlığını daha görünür kılma güdüsü ile etkinlik gösterilen bir olgu değil, kadının yalnızca maddiyata duyduğu ihtiyaçtan dolayı zorunlu olarak dahil olduğu veya ev ekonomisine katkıda bulunma amacıyla ek bir iş olarak gerçekleştirdiği ya da bu işe bir hobi olarak başlayıp ev işlerinden artakalan zamanlarında vaktini değerlendirdiği bir uğraş olarak görülmektedir. Toplumda yaygın olan bu algı, kadın girişimcilerin ciddiye alınmasını engellemekte ve onların gelişim hızlarını yavaşlatmaktadır.

Tarihsel süreçte kalıplaşmış bir yargı olarak günümüze kadar uzanan kadının çalışma hayatında değil ev içinde olması gerektiğine yönelik düşünce biçiminin değiştirilmesi zor olmakla birlikte kadınların iş gücü olarak istihdam yoğunluğunu arttırmaları, söz konusu geleneksel anlayışın toplumsal alandaki hakimiyetini kırarak tek çözüm olmaktadır. Bunun için gerek bireysel gerek toplum olarak kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik büyük bir özveri gerekmektedir.

Küçük yaşlardan itibaren kadınları erkek egemen piyasa içerisine ekonomik bir aktör olarak dahil olmaktan çekinmemelerine ve bu alanda faaliyet gösterme cesaretinin aşılmasına yönelik bilgilendirici eğitim hizmetlerinin verilmesi, potansiyel kadın girişimcilerin ülke ekonomisine kazandırılması açısından faydalı bir hamle olacaktır. Bu noktada eğitim sistemine dahil edilecek girişimciliğe yönelik programlar, kadınların bu alanda bilgi ve donanımlarını arttırmalarına imkan sunacaktır. Bu bağlamda kadın girişimcilere sunulacak olan “finansal yönetim eğitimi, teknoloji eğitimi ve modern teknolojinin kullanımı, ... güven artırıcı eğitim, e- ticaret, iyi zaman yönetimi ve becerilerin kazandırılmasını” (Keskin, 2014, s. 91) amaçlayan eğitim içerikleri, kadın girişimcilerin başarısını yükseltecek ve kadın girişimci adayları için süreç hakkında yol gösterici bir harita olacaktır.

Kurum çatısı altında verilen formel eğitimlere ek olarak kız çocuklarına aile içinde verilen eğitimler de kadınların gelecekte mesleki faaliyetlerini belirleyen önemli bir faktör olmaktadır. Öyle ki girişimci kişiliğin bir gerekliliği olarak karşımıza çıkan özgüvenin küçüklükten itibaren aile içerisinde kız çocuklarında oluşturulması, onların ileride gerçekleştirecekleri olası faaliyetlerinde büyük yarar sağlayacaktır. Özgüveni yüksek bireylerin girişimcilik alanında başarılı olma oranları da buna bağlı olarak yükselmektedir. Bu nedenle özgüvenin aile içerisinde özellikle kız çocuklarına hissettirilmesi ve onların cesur, dinamik, atılgan bireyler olarak yetiştirilmesi girişimciliğin esası olan yenilik, üretim, değişim, risk alma gibi olgulara daha uyumlu hale gelmesini sağlayacaktır.

Bunun yanı sıra yasal düzlemde kadın girişimcilerin faaliyet göstermesi önünde engel teşkil eden herhangi bir madde bulunmamasına karşın kadınlar çoğunlukla bilgi ve deneyim eksikliklerinden dolayı yasal işlemleri gerçekleştirme aşamasında oldukça bunalmakta ve kimi zaman bu prosedürler kadın girişimci adaylarının gözünü korkutarak potansiyel girişimcilerin kaybına sebep olmaktadır. Bürokratik işleyişin girişimciliğe teşvik etmek ve yeni girişimlerin kurulması noktasında kolaylık sağlamak adına bir takım

düzenlemelerle iyileştirilmesi, işlemlere hız kazandırılması ve kadın girişimcilerin girişim kurma ve işletme aşamasında kendilerine hukuksal danışmanlık verecek oluşumların arttırılması da kadın girişimciliğinin gelişimine katkı sağlayacaktır. Bu noktada hükümetlerin ve ilgili kurumların konuya yönelik ilgisinin artması gerekmektedir.

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar arasında göze çarpan bir diğer önemli husus ise finansman bulma ve sermaye noktasında yaşadıkları zorluklar olmaktadır. Kadının yapısal olarak girişimci olmaya uygun olmadığına ve bu alanda başarı elde edemeyeceklerine yönelik toplumsal algı, bu zorluğun altında yatan temel neden olmaktadır. Bu noktada sermaye için finansman bulmakta zorlanan çoğu kadın girişimci, öz birikimleri ile işletmesini kurmaktadır. Bu birikimler, çoğu zaman kadın girişimcilerin işletmesini geliştirmesi için gereken bütçeyi karşılamamasının yanı sıra daha mikro ölçekli bir işletme ile piyasaya giriş yapmasına ve yavaş bir gelişim çizgisi seyretmesine neden olmaktadır.

Kadın girişimcilerin, öz birikimleri harici işletmelerini geliştirmek adına faydalanabileceği bir diğer maddi kaynak olan bankalar ise kadın girişimcilere sembolik rakamlı krediler sunmakta ve bu krediler için zorlayıcı teminat koşulları istemektedir. Kadın girişimciler için büyük bir problem oluşturan bu duruma müdahale edilmeli ve kredi miktarları sembolik tutarlar olmaktan çıkarılmalı, faizler düşük tutulmalı, teminat koşulları hafifletilmeli, kredi verilecek alanlara sınır konulmaması, koşullandırılmaması ve daraltılmaması sağlanmalıdır (Kınay, 1994, s. 41 akt. Özyılmaz, 2016, s. 60).

Türkiye’de kadın girişimcilerin banka kredilerinden daha rahat faydalanabilmesi adına yapılması gereken değişiklikler şu şekilde sıralanmaktadır (Özyılmaz, 2016, s. 65);

- Kadın girişimcilerin kredilerden faydalanma şartları kolaylaştırılmalı, faizler düşük tutulmalı, kredi miktarları arttırılmalı, kredi alabilmek için gerekli teminat şartları hafifletilmeli ve göz korkutucu vakit alan kredi alma prosedürleri ve bürokrasi kolaylaştırılmalıdır.
- Bireysel kredilerin yanı sıra grup kredisi de uygulanmalıdır. Böylece ortak iş kurmak isteyen kadın girişimciler gerekli sermayeyi temin edebileceklerdir.
- Kendi iş yerlerini açmak ya da geliştirmek isteyen kadın girişimcilere bankalar gerekli kredi bilgilerini vermeli ve finansman kaynağı bulma konusunda zorlanan kadınlara bu şekilde yardımcı olmalıdır.

- Krediler yalnızca kadın için belirlenmiş geleneksel mesleklere değil her türlü iş ve mesleğe verilmelidir.
- Bankalar kendilerinden kredi alan, kendi işini kuran, geliştiren ve başarıya ulaşan kadınları kamuoyuna duyurmalı ve bu sayede kadın girişimciler için motive edici bir etki yaratmalıdır

Kadın girişimciler, hem aile hem de sosyal çevrelerinden gördükleri gerek maddi gerek manevi desteklerle daha güçlü bir girişimcilik örneği sergileme imkanına sahiptir. Bu destekler özellikle kadınların ev ve iş arasında ikiye bölünmüş yoğunluğunu hafifletme noktasında büyük önem taşımaktadır. Çünkü kadınların bu süreçte karşılaştıkları bir diğer önemli problem, toplumsal rollerin kadına yüklediği ev içi görev ve sorumlulukların kadının çalışma hayatına dahil olması ile birlikte eşler arasında paylaşılmaması, ev içi faaliyetleri gerçekleştirmesi gereken kişinin kadın olarak görülmeyle devam etmesidir. Bu durum kadınlara çifte sorumluluk yüklemekte ve kadınlar bu süreçte oldukça yıpranmaktadır. Girişimcilik başarısını da olumsuz yönde etkileyen bu durumun iyileştirilmesi için aile içinde eşlerin görev ve sorumlulukları eşit şekilde paylaşmaları, bu süreçte birbirlerine destekleyici tutumlarla yardımcı olmaları beklenmektedir. Aynı zamanda çalışan kadınlara bu süreçte yardımcı olacak dış mekanizmalardan faydalanılması da kadınların iş yükünü hafifletmelerine ve girişimlerine daha fazla zaman ayırabilmelerine olanak sağlamaktadır.

Kadına yüklenen ev içi sorumlulukların kadını kısıtladığı bir diğer olgu ise onların sosyal sermaye alanlarıdır. Kadını ev içi mekanla sınırlayan toplumsal rolleri, onların ilişki ağlarını genişletmelerini ve yeni sosyallikler kazanmalarını engellemiştir. Kadın girişimciler için yeni iş fırsatlarının kapısını aralayan, sahip oldukları girişimlerini geliştirmek adına iş birlikleri kurmasını mümkün kılan, farklı fikirlerden ilham almasını sağlayan sosyal sermaye alanları bu anlamda kadınlara büyük bir bilgi ve tecrübe kaynağı olmaktadır. Bu nedenle kadınların sosyal sermayelerini genişletmeleri ve girişimcilik sürecinde bu alanı girişimine bir artı değer olarak kazandırmaları için kadınların iş yükünün azaltılması bir kez daha önem kazanmaktadır.

Kadın girişimcilerin kurduğu birlikteliklerin onlara sağladığı faydalar göz önüne alındığında kadınları bir araya getirecek etkinlik ve organizasyonlarının arttırılmasına yönelik ilgili kurum ve kuruluşların müdahalesine ihtiyaç artmaktadır. Günümüzde bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen faaliyetler giderek çoğalsa da tüm kadın girişimcilerin faydalanabileceği bir kapsam alanına ulaşamamaktadır. Bu durumun en büyük nedenleri ise kadınların sınırlı sosyal çevreleri ve günümüzün bilgi edinme aracı

olan internet teknolojilerini yaygın olarak kullanmamaları sebebiyle bu örgütsel birlikteliklerden haberdar olmaması veya kadın girişimcilerin yetiştirilme tarzlarından dolayı daha içe dönük bir tutum sergileyerek bir kolektivite içinde yer almak istememesidir.

Kadın girişimcileri bir araya getirecek faaliyetlerin kapsam alanının genişletilmesi için yerel hükümetler ve ilgili kuruluşlarla iş birliği içinde hareket edilmesi, kadınları bu konu hakkında bilgilendirecek araçların tüm kadınlar tarafından ulaşılabilir ve kullanılabilir olması, kadın örgütlenmesinin kadının toplumsal alandaki gücünü kuvvetlendirdiğini, yaşadıkları problemler karşısında seslerini daha yüksek duyurma şansı verdiğini ve tüm kadınların bu birliktelikler içerisinde yer alması gerektiğini belirten bilinçlendirici çalışmaların artırılması gerekmektedir.

3.5. GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI İLE GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN OLMAK ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMA

3.5.1. Araştırma Hakkında Genel Bilgiler

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın konusu, amacı ve önemi, araştırmada kullanılan yöntem, araştırma sorularının hazırlanması, araştırma evreni ve örneklemin oluşturulması hakkında bilgiler verilmektedir.

3.5.1.1. Araştırmanın Konusu

Araştırma, erkek egemen ekonomi piyasası içerisinde bir kadın olarak kendi varlıklarını ortaya koyma mücadelesi veren ve kadın olmanın beraberinde getirdiği zorlukların yanı sıra bu grup içerisine özellikle ev hanımı kimliği ile daha dezavantajlı bir konumda dahil olan girişimci kadınların, girişimci olmaya karar verme aşamasından faaliyet gösterdiği ana kadar sürecin tamamında yaşadıklarını konu almaktadır. Bu bağlamda araştırmada girişimci ev hanımlarının demografik özellikleri, girişimciliğe yönelme nedenleri, girişimcilik sürecinde aldıkları maddi ve manevi destek unsurları, karşılaştıkları sorunlar, başarılarını etkileyen faktörler ve girişimcilik faaliyetleri ile beraber yaşamlarında meydana gelen değişimler incelenmekte ve açıklanmaktadır.

3.5.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kadınların çalışma hayatı içerisinde giderek daha fazla yer almaya başlaması, cinsiyet temelli rollerin kadının yaşamı üzerinde sınırlayıcı etkinin azalması ve kadının toplumsal alandaki görünürlüğünün artması yönünde önemli bir gelişmeyi ifade etmektedir. Kadın iş gücü, ülke nüfusunun yarısını kadınların oluşturduğu göz önüne alındığında ülke ekonomisinin gelişimi ve kalkınması, istihdam yaratma ve toplumsal refahın yükselmesi bakımından da önemli bir potansiyeli temsil etmektedir. Bu anlamda kadınların erkek egemen iş gücü piyasası içerisinde ekonomik bir aktör olarak üretim ve hizmet faaliyetlerinde bulunması bir yandan kadınlara ekonomik bağımsızlık kazandırarak toplumsal alanda daha özgüvenli ve güçlü bir şekilde varlık göstermelerini mümkün kılarken bir yandan da ülkenin ekonomik ve sosyal gelişimine hizmet etme görevi görmektedir.

Girişimcilik, kadın iş gücünün söz konusu potansiyelini en verimli şekilde değerlendirilebilecekleri bir alan olarak ön plana çıkmakta ve faaliyet hacmini giderek genişletmektedir. Ancak günümüzde de devamlılık gösteren geleneksele ait ataerkil anlayışlar, girişimciliğin de aralarında bulunduğu erkeğe özgü kabul edilen mesleklerin kadınlar tarafından gerçekleştirilemeyeceği yönünde bir toplumsal önyargı inşa etmiştir.

Bu önyargıların temelinde ise güç, atılganlık, dinamizm, hırs, yönetim, liderlik, stratejik düşünme gibi erkeklere ait olduğu düşünülen özelliklerin kadınlarda bulunmaması dolayısıyla kadınların sakın, çekingen, şefkatli, merhametli, anaç doğasına ve toplumsal rollerine uyumlu işlerde çalışması gerektiği düşüncesi yer almaktadır. Ev hanımları, kadınlar içerisinde bu önyargılı tutumları en yoğun şekilde hisseden grup olmaktadır. Dolayısıyla ev hanımlarının girişimci olmaya karar verme, girişim kurma ve işletme aşamalarından oluşan tüm girişimcilik süreçleri, sosyoekonomik ve sosyokültürel bakımdan daha zorlu bir mücadeleyi ifade etmektedir.

Kadın girişimciliğinin önemi göz önüne alındığında ev hanımlarının girişimcilik alanına katılımının artırılması ve mevcut faaliyetlerinin desteklenmesi gerekliliği daha çok ortaya çıkmaktadır. Ev hanımlığı, toplumsal alanda kadının aidiyetini ev içi mekanla özdeşleştiren kadınlığa ait bir toplumsal kimlik olarak kendisini göstermektedir. Ev hanımı olmak, kadınların kendi tercihleri neticesinde yine kendi istek ve rızaları ile kabul ettikleri bir gösterge olmakla birlikte kimi zaman belirli bir takım sebeplerden ötürü zorunlu olarak dahil oldukları bir grubu temsil etmektedir. Bu bağlamda mevcut kadın

girişimcilerin bu süreçte yaşadıklarından farklı değişkenler ev hanımlarının girişimciliğinde ön plana çıkabilmektedir.

Bu noktada amaçlanan çalışma hayatına dahil olmayan kadınların ev hanımı olarak yaşamlarını sürdürmesini kadını noksan kılan ve eleştirilmesi gereken bir durum olarak değerlendirmek değil, çalışma hayatına girişimci kimliğiyle adım atan ve girişimsel faaliyetlerde bulunan ev hanımlarının bu süreçte kadın olmalarından ileri gelen sorunlarını anlamak ve açıklamak olmuştur. Literatür incelendiğinde kadın girişimciliğine yönelik mevcut araştırmalar içerisinde ev hanımları özelinde kadınların girişimcilik sürecini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu değişkenlerin daha net ortaya konması adına araştırmada girişimci olmaya karar veren kadınların, ev hanımlığıyla başlayıp çalışan ve üreten bir ekonomik aktör olarak kadın girişimci olmaya uzanan süreçlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

3.5.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Kütahya ilinde bulunan girişimci ev hanımlarıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilerek nitel veriler toplanmıştır. Ev hanımlarının bir kadın olarak girişimcilik süreçlerinde yaşadıklarını açıklamaya yönelik sorular, gönüllülük esasına dayalı olarak görüşmeye katılan 22 girişimci ev hanımına yöneltilmiş ve veriler yazılı olarak kayıt altına alınmıştır. Mevcut katılımcıların araştırma için uygun gördüğü bir takım tanıdıklarını tavsiye etmesi ve araştırmacıyı bu kişilere yönlendirmesi üzerine örneklem genişletilmiştir. Kartopu olarak adlandırılan bu örneklemle farklı girişimci ev hanımlarına ulaşılmış ve onlarla iletişim sağlanmıştır. İnternet aracılığıyla yazışma - görüntülü görüşme şeklinde sanal görüşmeler ve yüz yüze görüşmeler olmak üzere iki farklı şekilde gerçekleştirilen görüşmelerde temel olarak şu noktaların anlaşılması ve açıklanması amaçlanmıştır;

- Girişimci ev hanımlarının demografik özellikleri
- Girişimcilik alanına yönelmesinde etkili olan faktörler
- Girişimin kurulması ve işletilmesi noktasında karşılaşılan sorunlar
- Girişimcilik alanındaki faaliyetlerini olumlu veya olumsuz yönde etkileyen (eğitim, deneyim, yaş vb.) değişkenlerin belirlenmesi ve bu değişkenlerin girişimin başarısı üzerindeki etkisi
- Girişimcilik faaliyetleri ile ev hanımlarının yaşamlarında meydana temel değişimler

Araştırma kapsamında aydınlatılmak istenen noktalara ilişkin sorular oluşturulurken aynı amaç doğrultusunda daha önceden yapılmış çalışmalar dikkate alınmış ve literatür taraması yapılmıştır. Soruların oluşturulmasının ardından girişimci ev hanımlarına araştırmanın amaçları hakkında bilgi verilerek ilgili sorular yöneltilmiş ve gerek duyulduğu zamanlarda araştırma verilerinin güvenilirliğini arttırmak adına görüşme sırasında bazı sorulara yönelik açıklayıcı bilgiler verilerek sorular katılımcılara herhangi bir anlamsal değişikliğe izin vermeden yeniden yöneltilmiştir. Katılımcıların yöneltilen sorulara verdiği yanıtlarda konuya yönelik anahtar kelimeler tespit edilip içerik analizi yöntemiyle ilgili kategoriler altında toplanmış ve araştırma bulgularına ulaşılmıştır.

Bu anlamda bir sohbet ortamı oluşturularak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile ev hanımlarının girişimcilik sürecinde yaşadıkları anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır. Katılımcıların isteği ve soruları herhangi bir endişe duymadan dürüstçe yanıtlayabilmeleri adına isim, soyisim, işletme adı gibi özel bilgiler çalışmada paylaşılmamıştır.

Bunun yanı sıra konuyla ilgili önceden yapılan araştırmalar, tezler, kitaplar, makalelerden yararlanılarak literatür tarama yönteminden de faydalanılmıştır.

3.5.2. Görüşme Gerçekleştirilecek Girişimci Ev Hanımlarının Seçilmesi

Araştırmanın evrenini oluşturan girişimci ev hanımları ile görüşmeler gerçekleştirmek ve iş hayatında kadın olmanın beraberinde getirdiği tüm zorlukların yanı sıra bu sürece ev hanımı kimliğiyle dahil olma noktasında kadınların yaşadıklarını anlamak ve açıklamak adına Kütahya il sınırları içerisinde tesadüfi olarak seçilen 22 girişimci ev hanımı ile bir örneklem oluşturulmuştur. Araştırmanın katılımcıları olan kadın girişimcilerin daha önce girişimcilik alanında faaliyet göstermemiş ve bir işletme sahibi olmadan önce kendilerini ev hanımı olarak tanımlayan kadınlar olmasına dikkat edilmiştir.

Katılımcılar, aşağıda belirtilen ölçütler doğrultusunda araştırmaya dahil edilmiştir;

- Kütahya ilinde ikamet etmek
- Herhangi bir sağlık problemi veya zihinsel açıdan bir engel taşımamak
- En az bir defa evlilik yapmış olmak

- Yönetiminin kendisine ait olduğu veya yönetiminde söz hakkına sahip olduğu bir işletmeye sahip olmak

3.5.3. Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen Bulgular

Ev hanımları ile yapılan görüşmeler neticesinde verilen yanıtlar değerlendirilerek ev hanımlarının girişimcilik süreçlerine yönelik bulgular elde edilmiştir. Bu bulgular girişimci ev hanımlarına ait demografik özellikler, ev hanımlarının girişimciliğe yönelme nedenleri, girişimlerini kurma ve işletme noktasında faydalandıkları destek türleri, bu süreçte karşılaştıkları genel problemler, girişimcilik başarılarını etkileyen faktörler, girişimcilik faaliyetlerinin yaşamlarında meydana getirdiği değişimler olmak üzere altı başlık altında incelenmektedir.

3.5.3.1. Girişimci Ev Hanımlarının Genel Demografik Özellikleri

Araştırma örneklemine dahil edilen girişimci ev hanımlarının demografik özellikleri yaşları, eğitim durumları, sahip oldukları çocuk sayısı, daha önceki iş tecrübeleri, girişimlerinin faaliyet alanı ve piyasaya giriş şekilleri üzerinden kategorize edilmiştir.

Tablo 3.3: Girişimci Ev Hanımlarının Yaşlarına Göre Dağılımı

Girişimcinin Yaş Aralığı	Sayı	Katılımcılar
20-29 yaş arası	1	K19
30-39 yaş arası	9	K2, K5, K7, K10, K12, K15, K18, K20, K21
40-49 yaş arası	7	K1, K3, K4, K6, K13, K14, K16
50-59 yaş arası	5	K8, K9, K11, K17, K22
60 yaş ve üstü	-	-

Görüşme gerçekleştirilen girişimci ev hanımlarından en küçük yaşa sahip kişi 29 yaşında olurken en büyük kişinin yaşı 57 olmaktadır. Görüşme yapılan 22 girişimci ev hanımının yaş ortalaması ise 42'dir. Tablo (Tablo 3.3) incelendiğinde girişimci ev hanımlarının çoğunluk olarak 30-39 aralığında bir yaşa sahip olduğu, 40-49 yaş aralığının bu gruba yakın bir şekilde ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Bu anlamda kadın girişimciliğine yönelik yapılan çalışmalardan da elde edilen veriler baz alınarak orta genç kadın nüfusunun girişimcilik alanında daha yoğun şekilde faaliyet gösterdiği sonucu çıkarılabilmektedir.

Kadın girişimcilere yönelik Türkiye'de gerçekleştiren diğer çalışmalar incelendiğinde sonuçların bu çalışmalarla benzer veriler ortaya koyduğu söylenebilir.

Çelik ve Özdevecioğlu'nun (2001) Nevşehir ilindeki kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin olarak 25 kadın girişimci ile görüşmeler yaparak gerçekleştirdiği araştırmada kadın girişimcilerin yaş dağılımların çoğunlukla 26-45 aralığında olduğunu saptamıştır. Aynı amaçla Öztürk (2016) tarafından ortaya konan araştırmada kadın girişimcilerin yaş ortalaması 43 şeklinde belirlenmiştir. Özyılmaz'ın (2016) elde ettiği verilerde ise kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğunun 30-39 yaş aralığında olduğu ifade edilmiştir.

Tablo 3.4: Girişimci Ev Hanımlarının Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Sayı	Katılımcılar
İlkokul	1	K22
Ortaokul	2	K1, K2,
Lise	10	K3, K5, K7, K8, K9, K11, K14, K16, K17, K18, K20
Üniversite	9	K4, K6, K10, K12, K13, K15, K19, K21

Girişimci ev hanımlarının eğitim durumlarını gösteren tablo (Tablo 3.4) incelendiğinde katılımcıların eğitim durumlarının Türkiye'deki eğitimli nüfus oranı ile kıyaslandığında oldukça iyi seviyede olduğu söylenebilmektedir. Grubun çoğunluğunu lise mezunu ev hanımları oluştururken ikinci en büyük çoğunluğu üniversite mezunu ev hanımları oluşturmaktadır. Katılımcılar arasında yalnızca 2 kişi ortaokul mezunu olup, 1 kişi en düşük eğitim seviyesi olan ilkokul mezunu olmaktadır. Konuya yönelik diğer araştırmalar incelendiğinde (Arıkan, 2013; Hancı, 2004; Özyılmaz, 2016) benzer şekilde kadın girişimcilerin eğitim durumlarının birbirlerine yakın oranlarda lise ve üniversite mezunlarından oluştuğu görülmektedir.

Tablo 3.5: Girişimci Ev Hanımlarının Çocuk Sayısına Göre Dağılımı

Çocuk Sayısı	Sayı	Katılımcılar
Çocuk Sahibi Olmayan	2	K19, K21
1 Çocuk Sahibi	8	K6, K7, K10, K13, K14, K15, K18, K20
2 Çocuk Sahibi	6	K2, K4, K9, K11, K12, K17
3 Çocuk Sahibi	3	K3, K5, K16
4 ve Üstü Çocuk Sahibi	3	K1, K8, K22

Girişimci ev hanımlarının çocuk sayısına göre dağılımları incelendiğinde (Tablo 3.5) çocuk sahibi olmayan kişilerin en küçük grubu oluşturduğu, 3 ile 4 çocuk ve üstüne sahip kişilerin oluşturduğu grubun ise en küçük ikinci aralığı oluşturduğu görülmektedir. Girişimci ev hanımları çoğunlukla en az iki çocuk sahibi olup tek çocuk sahibi olanların sayısının 8 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öne çıkan sonuç ise %91'e yakın bir oranda ev hanımı en az bir çocuk annesidir ve çocuk sahibi olmalarının girişimcilik faaliyetlerine katılımlarında bir engel unsuru olmadığı görülmektedir.

DeMartino ve Barbato (2003) kariyer motivasyonu ve cinsiyet arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında benzer eğitim vb. şartlara sahip kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıkların evli olma ve bakmakla yükümlü olduğu çocuk sahibi olma durumunda arttığı sonucuna ulaşmıştır (Türko ve Tulan, 2018, s. 381). Bu noktada katılımcıların çoğunluğunun çocuk sahibi olmasının girişimci olmalarına engel olmadığı görülse de, çocuklu bir ev hanımı olmanın bu süreçte farklı değişkenleri dahil ettiği gerçeğini değiştirmemektedir.

Ataerkil anlayışlarla şekillenen toplumsal cinsiyet olgusu üzerinden değerlendirildiğinde çocuk sahibi olmak, çalışan ve çalışmayan her bir kadının kendi yaşamsal istek ve ihtiyaçlarından önce çocuğunu ön plana koymasını ve bu anlamda belirli bir takım fedakarlıklarda bulunmasını olağan bir durum olarak kabul etmektedir. Ev hanımları ekseninde ise bu fedakarlıkların en başında iş yaşamı dışında kalarak ev içerisinde ücretsiz emek gücü olarak çalışıp toplumsal cinsiyet temelli iş bölümünde kendisine ait görev ve sorumlulukları yerine getirme gelmektedir.

Bu bağlamda ev hanımları bir çok hayalini ertelemekte ve kendi varlıklarını ikinci plana atarak toplumsal alanın dışında kalmaktadır. Bu alan dışında kalan veya kalmak zorunda bırakılan ev hanımları için girişimcilik olgusu, bu durumu değiştirebilecekleri bir yol olarak değerlendirilmektedir. Çocuk sahibi girişimci ev hanımlarının girişimciliğe yönelme nedenlerine ilişkin sorulan soruya verdikleri yanıtlardan en çok öne çıkan unsurun hayalini gerçekleştirmek ve kendini kanıtlamak olması ise bu durumu destekler nitelik taşımaktadır.

Tablo 3.6: Girişimci Ev Hanımlarının Girişimcilik Öncesi İş Tecrübelerine İlişkin Bulgular

İş Tecrübesi	Sayı	Katılımcılar
Deneyimsiz	11	K1, K4, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K15, K17, K21
0-2 yıl arası	2	K19, K20,
3-5 yıl arası	7	K3, K5, K12, K13, K14, K16, K18,
5 yıl üzeri	2	K2, K22

Girişimci ev hanımlarının girişimci faaliyetlerde bulunmadan önce bu faaliyetlerle ilişkili olan veya bağımsız olarak herhangi bir işte çalışma süreleri (Tablo 3.6) incelendiğinde, dikkat çeken bir oranla katılımcıların yarısının herhangi bir işte deneyim sahibi olmadığı görülmektedir. Katılımcıların 7'si daha önce 3 ila 5 yıl arasında değişen sürede bir iş deneyimi yaşamıştır. 0 ila 2 yıl arası ve 5 yıldan fazla bir süre çalışma

hayatı içerisinde yer almış kişi sayısı 2’şer tane olup en düşük sayıda katılımcının içerisinde yer aldığı grup olma özelliğini paylaşmıştır.

Girişimci ev hanımları, çoğunlukla faaliyet gösterdikleri alanla ilişkili şekilde bir mesleki tecrübeye sahip olsa da bir kısım ev hanımı faaliyet gösterdikleri alandan bağımsız işlerde çalışmıştır.

“Hadi deyince de hemen öyle güzel, rahat bir iş bulamıyorsun tabi. E bir de ev hanımısın... Senden önce okumuş etmiş kaç insan var iş arayan.” (K1)

“Bir türlü iş bulamadım... En son bir tanıdığımız vasıtasıyla bir dikiş atölyesinde işe başladım.” (K3)

Deneyimsiz olanların bir kısmı bir süre iş arayışında olduklarını ancak kendilerine uygun bir iş bulamadıklarını belirtmiştir. Bu noktada bir kısmı iş arayışlarına son verip girişimcilik alanında faaliyetlerine başlarken bir kısım, bu faaliyetler öncesinde kadın emeğinin sömürüsü üzerine kurgulanan enformel sektör içerisinde kayıt dışı iş gücü olarak çalıştıklarını dile getirmiştir.

“O zaman bir sürü iş ilanlarına baktım, çoğuna müracaat ettim. Hepsi deneyim sorup duruyor, benim ev hanımı olduğumu duyunca ya ilgilenmiyorlar ya da karın tokluğuna çalışmamı bekliyorlar.” (K5)

“Mezun olduktan sonra hemen evlendim sonra çocuk derken herhangi bir işte çalışıp deneyim kazanma fırsatım olmadı” (K6)

“Arada bir bakıyordum iş ilanlarına ne yapabilirim diye ama uygun bir iş bulamadım açıkçası” (K7)

Çalışma ihtiyacı duyan ev hanımları işverenler için piyasanın talep ettiği ucuz iş gücü konumunda değerlendirilmekte ve kadınların formel sektörde sağlıklı koşullar altında çalışma imkanı elde etmeleri kolay olmamaktadır. Toplumda “kadın işi” olarak görülen temizlik yapmak, yemek yapmak, çocuk ve yaşlı bakmak gibi faaliyetlere yönelik “gündelikçi, bakıcı, yardımcı” gibi isimlendirmelerle kayıt dışı ekonomide kadınlar için yaratılan istihdam alanı bu sorunu besleyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ev hanımları, kendilerini ekonomide kayıtlı birer iş gücü olmaktan alıkoyan sebeplerin çoğunlukla deneyimsizlik olduğunu belirtirken bir kısım ev hanımı mevcut pozisyonlar için yeterli olduklarını düşünmemekte bir kısım ise işverenlerin kendilerini yeterli görmediklerini belirtmektedir. İş sahibi olan kadınlar ise bu süreçte oldukça zorlu koşullar altında çalıştığını ve bu koşullardan oldukça rahatsız olmaları nedeniyle girişimcilik alanına yöneldiğini dile getirmektedir. Bu anlamda kadınların kayıtlı

ekonomi içerisinde düzgün koşullar altında çalışarak emeğinin karşılığını alabildiği bir işte çalışmasını engelleyen enformel iş gücü piyasası aynı zamanda kadınları girişimciliğe yönlendiren bir unsur olarak okunmaktadır.

“İş olmayınca ne yapalım biz de gittik ev apartman temizledik, cam sildik, insanların kahrını çektik... Tabii yorgunluk da cabası.” (K1)

“Sabah akşam demeden çalışıyordum. Bir gün bir sipariş geliyordu onu yetiştirmek için atölyede sabahladığımız bile oluyordu.”(K3)

“Mahallede bazı kadınların evde parça başı işler yaparak para kazandığını duymuştum. Konu komşuya sordum, araştırdım... Bir elektrik firması için basit bir montaj yapıyorlarmış falan ufak çaplı bir şeyler kazanıyorlarmış. Zaten başka bulabildiğim bir iş de yoktu hiç yoktan iyidir dedim...” (K11)

Kötü şartlar altında emek yoğun çalıştıklarını dile getiren ev hanımları için kadın girişimciliği çok daha cazip bir çalışma alanını ifade etmektedir. Ev hanımlarının enformel iş gücü olarak, bir başkası hesabına kötü şartlar altında gösterdiği çabayı, kendi işletmelerinde kendileri için gösterme fikri ev hanımlarını girişimci olmaya teşvik etmektedir.

Tablo 3.7: Girişimci Ev Hanımlarının Faaliyet Gösterdikleri Sektörlere İlişkin Bulgular

Katılımcılar	Faaliyet Gösterdikleri Sektör	Faaliyet Alanları
K1	İmalat	El İşi Ürünler Dükkanı
K2	Gıda	Fırıncılık
K3	Hizmet	Terzilik
K4	Ticaret	Hobi Dükkanı
K5	Ticaret	Kırtasiye
K6	Ticaret	Bijuteri Dükkanı
K7	Ticaret	Giyim Butik
K8	Gıda	Ev Yemekleri Dükkanı
K9	İmalat	Tuhafiye Dükkanı
K10	Ticaret	Aksesuar Mağazası
K11	İmalat	El İşi Ürünler Mağazası
K12	Ticaret	Kitap Dükkanı
K13	Hizmet	Organizasyon
K14	Ticaret	Aksesuar ve Giyim Mağazası
K15	İmalat	Dekoratif El İşi Ürünler Mağazası
K16	Ticaret	Çiçekçilik
K17	Ticaret	Evcil Hayvan Mağazası
K18	Hizmet	Butik Kafe
K19	Hizmet	Güzellik Salonu
K20	Ticaret	İç Giyim Mağazası
K21	Ticaret	Hediyelik Eşya Mağazası
K22	Gıda	Gözleme Dükkanı

Yukarıdaki tabloda (Tablo 3.7), girişimci ev hanımlarının faaliyet gösterdikleri sektörler ve faaliyetlerini gerçekleştirdikleri mekanların bilgisi verilmektedir. Tablo incelendiğinde girişimci ev hanımlarının çoğunlukla kadına yönelik inşa edilen toplumsal rollerin dışına çıkmadan sahip oldukları yetenek ve beceriler doğrultusunda kendilerine uygun olan faaliyet alanlarına yöneldikleri gözlenmektedir. Güzellik salonu, el işi ürünler dükkanı, gıda üzerine kurulan işletmeler, terzilik gibi faaliyet alanları bu anlamda girişimci ev hanımlarının mevcut donanımlarını işletmelerine aktarmalarıyla kendilerini göstermektedir.

“Zaten dikiş becerim vardı, ortaokulda mahalledeki biçki dikiş kursuna gitmiştim. O zamandan beri evde dikilecek ne varsa herkes getirir önüme koyar. O açıdan çalışmak bana zor gelmedi zaten sonra halk eğitimin terzilik kursuna da gittim.” (K3)

“7 yıl boyunca bir gözlemeci dükkanında hamur işi yiyecekler hazırladım. Dükkan boş kalsa paket siparişler durmazdı. Ne yalan söyleyeyim bu işte iyi olduğumu düşünüyorum” (K22)

Gelenekselliğin devam ettiği ataerkil yapılarda kadına ait roller genellikle anne, eş, hanım gibi bir takım sınırlamalara vurgu yapan kavramlar üzerinden oluşturulmaktadır. Çocukluktan itibaren aile içinde inşa edilen bu roller, kadınların gelecek yaşamları ve özellikle meslek seçimleri üzerinde belirleyici olmaktadır. Ev hanımlarının girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirdikleri alanlara bakıldığında çoğunlukla cinsiyet temelli toplumsal rollerin kadına yönelik uygun gördüğü meslek kollarıyla paralel doğrultuya sahip alanların tercih edildiği görülmektedir. Aynı zamanda ev hanımlarının müşteri kitlesinin çoğunlukla kadınlardan oluştuğu iş kollarında faaliyet göstermeleri de geleneksel anlayışın kadının aile üyeleri dışındaki erkek bireylerle etkileşim kurmasını onaylamayan düşünce biçiminin bir yansımasını oluşturmaktadır.

Ev hanımlarının girişimciliğinde yemek, gıda, bakım, güzellik, giyim sektörlerinde gerçekleştirilen üretim ve hizmet faaliyetlerinin ön plana çıkması, kadınların çoğunlukla ev içi faaliyetlerinden elde ettikleri kazanımlarla girişimlerini kurup piyasaya dahil olduklarını ve bu anlamda kadına yönelik cinsiyet temelinde inşa edilen toplumsal kalıpların girişimcilik alanında da dışına çıkılmadığını göstermektedir.

“Çevremdekiler, her defasında yaptığım yiyeceklerin çok lezzetli olduğunu söyleyip benden özel günleri için bu yiyeceklerden hazırlamamı isterlerdi. Bu isteklerin giderek çoğalması beni oldukça motive etti...” (K8)

“Evde olunca yapacak bir şey yok tabii, sabah akşam bunları işlerdim. Böyle böyle bir sürü çeyizlik hazırladım, gelene gidene dağıttım hep...” (K11)

“Ben küçükken de hep kuaförcülük oynarmışım zaten, güzelliğe bakıma ilğim o zamanlardan gelme. Sonra işte kendi çapımda saç makyaj videoları, bakım videoları... Tabii ki bu işin eğitimini de gördük yani.” (K19)

Görüşmelerde paylaşılan bilgilerde ev hanımlarının girişimsel faaliyetlerini gerçekleştirdikleri alanları tercih etme nedenlerinde toplumsal cinsiyete dayalı işbölümünün büyük ölçüde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Kadın ve erkeğe ait toplumsal rollerin yaratmış olduğu eşitsiz iş bölümü sonucu kadınların ev içi mekan ve bu mekana özgü işlerle sınırlanan aktiviteleri meslek seçimlerini de etkilemiştir.

Ev hanımlarının girişimci olmadan önce ev içinde ağırlıklı olarak gerçekleştirdikleri ve bunu gerçekleştirirken de başarılı olduklarını düşündükleri faaliyetler, onlarda bu alana yönelik ilginin artmasını sağlamış ve girişimci olma kararını almalarında belirleyici olmuştur. Bu bakımdan değerlendirildiğinde ev hanımlarının enformel işçi olarak ev içinde ücretsiz olarak gerçekleştirdikleri üretim ve hizmet faaliyetlerini ekonomi piyasasına dahil edip emeklerini belirli bir gelire dönüştürme çabaları ev hanımlarının girişimciliğini ifade etmektedir.

Tablo 3.8: Girişimci Ev Hanımlarının Piyasaya Giriş Stratejilerine İlişkin Bulgular

Girişimcilik Stratejisi	Sayı	Katılımcılar
Hazır Bir Girişim Almak	3	K7, K9, K18
Hazır Girişime Ortak Olmak	4	K2, K13, K16, K20
Yeni Bir Girişim Kurmak	11	K3, K4, K5, K6, K8, K10, K12, K17, K19, K21, K22
Sanal Girişimler	4	K1, K11, K14, K15

Girişimi Ev hanımlarının piyasaya giriş stratejileri (Tablo 3.9) ele alındığında katılımcıların yarısının girişimcilik faaliyetlerine yeni bir girişim kurarak başladıkları görülmektedir. Diğer girişimcilik stratejileri ise birbirine yakın oranlarda tercih edilmektedir. Hazır bir girişime ortak olarak girişimciliğe adım atan ve girişimlerini sanal ortamda inşa eden ev hanımları ikinci çoğunluğu paylaşırken, hazır bir girişim alan ev hanımları ise üçüncü çoğunluğu oluşturmaktadır.

Hızla gelişim gösteren teknolojinin günümüz toplumsalı üzerinde meydana getirdiği değiştirici ve dönüştürücü etki çalışma hayatında da yeni biçimler oluşturmuştur. Bu etki, girişimcilik alanında da kendisine yansıma bulmuş ve yeni girişim türlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sanal girişimlerin ev hanımları tarafından uygulama bulması, bu etkinin hızlı biçimde yaygınlaştığını göstermektedir. Sanal girişime sahip ev hanımlarının yaş ortalaması 41 olup farklı eğitim düzeylerine sahip olmaları dikkat çekicidir. Bu noktada ev hanımlarının ailede teknoloji ile ilgilenen diğer üyeler

aracılığıyla veya kendi bilgileri doğrultusunda sanal platformlarda satış gerçekleştirdikleri söylenebilir.

.. Sonra baktım ki millet hep bunlardan koymuş internete satıyor ben neden satmayayım ki dedim...” (K11)

“Ben pek anlamıyorum bu işlerden de benim kız bilir kendi de hep alışveriş yaptığı için. Ona söyledim gel şunları koyalım bakalım almak isteyen olacak mı diye.” (K11)

“Artık herkes alışverişini internetten alıyor. Sokağa çıkıp dükkan dükkan gezmek kalmadı. E böyle bir durumda da dükkana gerek kalmıyor. Ben de internetten satış yapmayı daha karlı buluyorum bu yüzden” (K14)

Sanal girişimler, ev hanımlarını bu süreçte en çok zorlayan ve sıkıntı yaşamalarına neden olan sermaye temin etme ve bürokratik işlemler noktasında sağladığı kolaylıklar nedeniyle de ev hanımları tarafından tercih edilen bir strateji olmaktadır. Sanal girişimcilik sayesinde ev hanımları daha esnek çalışma koşulları altında düşük maliyetlerle geniş kitlelere ulaşma imkanı elde etmektedir. Bu avantajlı durumlar sayesinde sanal girişimcilik ev hanımlarını girişimciliğe teşvik eden bir unsur olarak ön plana çıkabilmektedir.

“Şimdi bir dükkan açmaya kalksan bir sürü iş zaten, ama böyle çok daha kolay, harcamalar falan daha az. Diğer türlü cesaret edebilir miyim bilmiyorum.” (K14)

3.5.3.2. Ev Hanımlarının Girişimciliğe Yönelme Nedenlerine İlişkin Bulgular

Ev hanımlarını girişimciliğe yönlendiren faktörleri belirlemek adına katılımcılara “Sizi girişimciliğe yönlendiren unsurlardan bahseder misiniz? Girişimcilik faaliyetlerine başlamaya nasıl karar verdiniz?” soruları yöneltilmiştir. Katılımcıların vermiş olduğu yanıtlarda en çok öne çıkan unsurlar belirlenmiş ve “iş bulamamak, eşin vefatı veya çalışamaz halde olması, aile işletmesini sürdürmek, güvenli bir iş isteği, maddi ihtiyaç, ekonomik bağımsızlık kazanmak, statü sahibi olmak-saygınlık kazanmak, hayalini gerçekleştirmek-kendini kanıtlamak, zamanını değerlendirmek, bilgi ve becerilerini bir işe dönüştürmek, ev hanımı olmak istememek, yeni sosyallikler kazanmak ve çevre edinmek” olmak üzere ev hanımlarını girişimciliğe yönlendiren unsurlara ilişkin 12 kategori oluşturulmuştur.

Görüşmelerde girişimci ev hanımlarının girişimcilik süreçleri üzerine yaptıkları paylaşımlar incelendiğinde girişimciliğe yönelmelerinde birden çok nedensel faktörün

aynı anda etkili olduğu söylenebilmektedir. Bu anlamda ev hanımlarının girişimcilik faaliyetlerine başlamasına yalnızca tek bir etkenin sebep olduğu fikri yanlış olacaktır.

Bu anlamda ev hanımlarını girişimciliğe yönlendiren nedenler arasında en çok öne çıkan ve katılımcıların yarısını girişimci olmaya sevk eden ortak nedenin ev hanımlarının hayallerini gerçekleştirme ve kendilerini kanıtlama isteği olduğu görülmektedir. Kadınların geleneksel yapılanmalar içerisinde baskı ve sınırlamalara sahip yaşamları önceliklerini etkileyerek bu isteklerini karşılamaya yönelik atılım gösterememelerine ve kendilerini geri planda tutmalarına neden olmuştur. Girişimcilik ise bu anlamda kadınların kendilerini gerçekleştirme ve geliştirme motivasyonlarında olumlu değişimler yaratmış ve kadınlara kendi potansiyellerini ortaya koyabilecekleri bir ortam imkanı sağlamıştır.

“... En sonunda hayalini kurduğum ev yemekleri dükkanımı açmama vesile oldu.” (K8)

“Ben hayvanları çok seviyorum hatta küçükken hep veteriner olmak hayvanları iyileştirmek istemiştım ama olmadı maalesef. Ama bu dükkan bana bu anlamda moral veriyor, sonuçta her gün bir sürü farklı kedi köpek sevebiliyorum değil mi?” (K17)

8 kişi tarafından dile getirilen ve en çok belirtilen ikinci faktör ise ev hanımlarının bilgi ve becerilerini kullanabileceği bir işe sahip olma istekleridir. Girişimcilik, ev hanımlarının sahip oldukları yetenek ve beceriler doğrultusunda ortaya çıkardıkları ürünleri ev içinden çıkarıp ev dışı mekana taşıyarak kendilerine bir gelir kaynağı oluşturmalarını mümkün kılmaktadır. Ev hanımlarının ev içi mekanlarda gerçekleştirdikleri ve uzmanlaştıkları bir takım faaliyetleri bir kazanç aracına dönüştürmeye yönelik istekleri onları girişimcilik alanına yönlendirmiştir.

“Zaten dikiş becerim vardı, ortaokulda mahalledeki bişki dikiş kursuna gitmişim.” (K3)

“Evde sürekli yaptığım işten neden para kazanmayayım ki diye düşündüm.” (K4)

“Zaten bildiğim sevdiğim bir iş niye olmasın dedim.” (K5)

Yeni sosyallikler kazanma ve çevre edinme isteği ise 5 katılımcı tarafından belirtilen bir neden olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültürel normların ve geleneksel anlayışların kadın üzerinde yarattığı sınırlamalar ev hanımları üzerinde kendisini daha yoğun şekilde göstermektedir. Özellikle anne baba rollerinin keskin sınırlarla belirlenmiş olduğu ve bu iş bölümü içerisinde kadının ev içiyle konumlandırıldığı geleneksel aile yapılarında kadınların sosyal yaşamları büyük ölçüde sınırlanmaktadır. Bu anlamda

girişimcilik söz konusu sınırları aşmaya yönelik bir istekle faaliyete geçilen alan olma özelliği taşımaktadır.

“Evlendim ama evde oturmak beni mutlu etmedi. Sonra babam bana da bir dükkân açmayı teklif etti” (K5).

4 katılımcı ise güvenli bir işe sahip olma isteğiyle girişimciliğe yöneldiğini belirtmektedir. Erkek egemen piyasa içerisinde kadın iş gücünün ikinci plana atılarak emeğinin değersizleştirilmesi sonucu kadınlar, gerek formel gerek enformel sektör içerisinde eşitlikten uzak koşullardaki çalışma yaşamlarında mevcut konumlarının devamlılık gösterip göstermeyeceği noktasında güvensizlik hissetmektedir. Bu noktada kadınlar maddi kazançlarını sürdürebilme endişesi yaşamakta ve bu belirsizlikler gelecekleri adına kaygılanmalarına neden olmaktadır.

“Başkasının emri altında çalışmak zor ondan ben de kendi işimi kendim kurmayı düşündüm.”(K2)

“İş arayan çok kişi var nasılsa sen gidersin başkası gelir düşüncesi var. Senin de paraya ihtiyacın varsa çalışmak zorunda kalıyorsun ne olursa olsun” (K3)

“Bu işi kendim için yapmak istedim, artık başkası adına çalışmak istemedim” (K22)

Yine bu sistem içerisinde iş gücü olarak istihdam edilemeyen ve ev hanımı kimliğiyle emeğinin karşılığını maddi yönden bulamayıp yaşamını ekonomik olarak başkalarına bağımlı şekilde idame ettiren kadınlar için de aynı kaygı halinden bahsetmek mümkündür. Her iki durumda da girişimcilik kadınlar için herhangi bir baskı mekanizmasından bağımsız şekilde faaliyet gösterebilecekleri, belirsizliklerin beraberinde getirmiş olduğu endişe ve korkulardan uzakta hem kendisi hem de ailesi adına geleceğe yönelik güvenli bir şekilde planlamalar yapabileceği bir alan olarak ön plana çıkmaktadır.

“...çocukların okul masrafı falan bir sürü harcama oluyor, bir yerde yetişemiyorsun... Ben de bir şeyler yapmalıyım diyorsun” (K1)

“Bir gelirin olunca gelecek ayın faturalarını ödeyebilecek miyim diye düşünmek zorunda kalmıyorsun.” (K9)

Yine 4 katılımcı ev hanımı olmak istememe nedeniyle girişimciliğe yöneldiğini ifade etmiştir. Aile işletmesini sürdürmek, maddi ihtiyaç ve ekonomik bağımsızlık kazanma gibi isteklerle girişimci olduğunu belirten katılımcılar ise 3'er tane olmaktadır. Eşin vefatı veya çalışamaz halde olması, iş bulamamak, statü sahibi olmak, saygınlık

kazanmak, zamanını değerlendirmek amacıyla girişimci olduğunu belirten ev hanımlarının sayısı ise her bir neden için 2 kişi olmaktadır.

“Ara ara toplandığımız bir arkadaş grubumuz vardı. O gruptaki çoğu kadın iş gücü sahibiydi ve bir araya geldiğimizde onların konuşma konuları çok daha farklı oluyordu, paylaşacak daha çok şey buluyorlardı. Onlar iş hayatlarından bahsederken benim gelmeden önce makinaya attığım çamaşırlardan ya da yıkadığım bulaşıklardan bahsetmem komik olurdu. Zaten çalıştıkları için hep farklı bir havaları olurdu ben de özenirdim açıkçası, farklı ortamları olsun yaşantıları olsun hep ilgimi çekerti...onları gördükçe benim de kendi hayatımda değişiklik yaratma isteğim daha çok arttı.” (K6)

Ben gezmeyi tozmayı çok seven biriyim ve çok da alışveriş yaparım. Ama eşim harcamalarıma sürekli laf ediyor ve bazen tartışmalar yaşamamıza neden oluyor. Biz eşimin maaşı ile geçiniyoruz, ailedeki tek gelir kaynağı eşimin maaşı... Hal böyle olunca harcamalarıma karışmasına karşı çıkamıyorum çünkü o parayı ben kazanmıyorum. Bu durum da bende kendi paramı kazanma isteği yarattı böylece kimseye hesap vermeden kendi kazandığım parayı dilediğim şekilde kullanabilecektim...” (K7)

“Evde olunca sürekli aynı şeyler, insan bir yerden sonra sıkılıyor” (K10)

Ev hanımlarını girişimcilik alanına yönelten ve onlarda bu alanda faaliyet gösterme isteği uyandıran faktörler, bir takım ihtiyaçlar sonucu zorunlu olarak veya kişinin kendi isteği ile ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenlerden ev hanımlarını zorunlu olarak girişimciliğe yönlendirenler iş bulamamak, maddi ihtiyaçlar, eşin vefatı veya çalışamaz halde olması, aile işletmesini sürdürme zorunluluğu olurken; girişimcilik alanına kendi istekleri doğrultusunda katıldıklarını gösteren nedenler güvenli bir iş, ekonomik özgürlük, statü elde etmek ve saygınlık kazanmak, hayalini gerçekleştirmek ve kendini kanıtlamak, zamanını değerlendirmek, bilgi ve becerilerini kullanabileceği bir işe sahip olmak yer almaktadır.

Bu bağlamda katılımcı olan ev hanımlarının çoğunluğunun girişimcilik faaliyetlerine ekonomik zorunluluktan ziyade kendi istekleri doğrultusunda kişisel bağımsızlıklarını kazanma ve öz tatmin güdüsüyle başladığı söylenebilmektedir. Girişimcilik ev hanımlarına bağımsız olma gücü kazandırırken hayatları üzerindeki kontrolü ellerine alma imkanı sunmakta ve bu gücün yarattığı özgüvenle toplumsal alandaki varlıklarını kuvvetlendirmektedir.

3.5.3.3. Ev Hanımlarının Girişimcilik Süreçlerinde Aldığı Desteklere İlişkin Bulgular

Girişimci ev hanımlarının bu süreçte almış oldukları maddi ve manevi destekler, girişimlerinin başarısı üzerinde etkili olan bir faktördür ve bu anlamda araştırma içerisinde elde edilmeye değer bir veri olarak kabul edilip katılımcıların bu aşamada faydalandıkları destek unsurlarını ortaya koyma ihtiyacı duyulmuştur. Ev hanımlarının girişimcilik sürecini olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilme ihtimali yüksek olan bu destekler, girişimlerini kurma aşamasında faydalandıkları finansal destekler ile aile ve sosyal çevresinden aldıkları manevi destekler bakımından iki ayrı konu başlığı altında incelenmiştir.

Bu noktada katılımcılara girişimcilik faaliyetlerine başlamaya yönelik hazırlık süreçlerini anlatmaları ve bu süreçte faydalandıkları maddi-manevi destek unsurlarından bahsetmeleri istenmiştir. Katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar arasından maddi kaynak kullanımına ilişkin en çok öne çıkan unsurlar belirlenmiş ve “özbirikimlerini kullananlar, aile birikimlerinden faydalananlar, çevreden borç alanlar, banka kredisi kullananlar, devlet desteklerinden faydalananlar ve aile işletmesi olduğu için sermaye ihtiyacı duymayanlar” olmak üzere finansal destek unsurlarına ilişkin 6 kategori oluşturulmuştur. Katılımcıların paylaştığı bilgilerden farklı destek unsurlarının bu süreçte aynı anda kullanılabilir olduğu görülmüştür.

Girişimci ev hanımlarının girişimlerini kurma aşamasında faydalandığı finansal desteklere ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde, 22 ev hanımı arasından 15 tanesinin girişimlerini kurarken kendi öz birikimlerini kullandığı görülmektedir. Ev hanımlarının girişimlerini kurarken özbirikimlerinin yanı sıra diğer finansal kaynaklardan da yararlandıkları bilinmektedir. Bu grup içerisinde ise yalnızca öz birikimlerini kullanarak girişim kuran kişi sayısı 5’tir. Geri kalan katılımcılar ise sermayelerini oluştururken buna ek olarak diğer destek türlerinden faydalandıklarını belirtmektedir. Bu anlamda ev hanımlarının sermaye oluşturma aşamasında kullandıkları maddi kaynakların yeterli düzeyde olmadığı ve bu süreçte öz birikimlerini de kullanma gerekliliği duydukları ortaya çıkmaktadır.

Ev hanımlarının bu süreçte çoğunlukla özbirikimlerini kullanmayı tercih etmesinin diğer sebepleri arasında girişimcilere yönelik finansal kaynak sunan destek programlarından haberdar olmamaları, bürokratik işlemleri tamamlamanın karmaşıklığı ve uzun süreleri bulması, finansal okuryazarlıkları bulunmaması veya üzerlerinde

herhangi bir mal varlığının kayıtlı olmaması sonucu bankaların kredi şartlarının kendileri için zorlayıcı olması gibi nedenlerle banka kredilerinden faydalanamaması gösterilebilmektedir.

“Kredi çekmeyi düşündük gittik bankaya, ama faizler çok yüksek yani ben o borcu nasıl geri öderim? Oldu ki işler ters gitti ne yapacağım o zaman? Borçlarla kalakalacağım...” (K9)

“Böyle isteyenlere yardımların, düşük faizli kredilerin falan verildiğini duymuştum da süreç çok uzun geldi, bir de olur mu olmaz mı bilemedim hiç ondan birikmişimizle bu işe girelim dedik.” (K18)

Ev hanımlarının ikinci olarak en çok yararlandığı finansal destek türü ise devlet tarafından sağlananlar olmaktadır. 7 girişimci ev hanımı devlet desteğinden faydalanarak girişimlerini kurmuştur.

“Ben KOSGEB’e başvuru yaptım önce. Bir online eğitim sürecim oldu. Sınava girip bir sertifika aldım. Sonraki süreci bizim muhasebeci halletti.” (K5)

Aile birikiminden faydalanarak girişimlerini kuran ev hanımlarının sayısı ise 6 olmaktadır. 5 katılımcı ise banka kredisinden faydalandıklarını belirtmiştir. İşletmesini kurarken çevresinden borç alan ile aile işletmesinde çalıştığı için bu aşamada finansal destek ihtiyacı duymamış ev hanımlarının sayısı ise 2 olmaktadır.

Girişimci ev hanımlarının bu süreçte gördükleri manevi destek kaynaklarına ilişkin elde edilen veriler ise “herhangi bir manevi destek görmeyenler, anne baba desteği alanlar, eş desteği alanlar, çocuklarından destek alanlar, sosyal çevrelerinden destek alanlar” olmak üzere 5 kategori altında incelenmiştir. Veriler incelendiğinde en çok öne çıkan destek faktörünün eşler olduğu görülmektedir.

Ev hanımlarının tamamına yakını tarafından belirtilen bu durum ev hanımlarının kendi girişimlerini kurma noktasında çoğunlukla eşlerinden onay alma, eşlerinin onayı ve desteği ile faaliyetlerini gerçekleştirme ihtiyacında olduklarını göstermektedir. Boşanmamış, eşleri hayatta olan veya eşleri iş göremez durumda olduğu için aile içi ekonomik gelir kaynağı yaratma gibi bir zorunluluğu bulunmayan 19 katılımcı arasından 16’sının eş desteği almış olması bu noktada eş desteğinin ve onayının sürecin varoluşsal yönünü tayin eden önemli bir faktör olarak okunmaktadır.

Bu süreç içerisinde eşlerin desteğini almak aynı zamanda ev hanımları için girişimciliğe katılıma teşvik eden ve sağlıklı şekilde faaliyet göstermelerini sağlayan bir değişken olarak ön plana çıkmaktadır. Eşleri tarafından bu süreçte desteklenen ev

hanımları bu durumun kendileri için bir güven duygusu yarattığını, ailesi tarafından desteklendiğini bilmenin özgüvenlerini yükselttiğini belirtmektedir. Ev hanımlarının girişimciliğinde eşlerin destekleyici tutumları, aile içi iş bölümü noktasında olası problemlerin önüne de geçebilmektedir. Eşleri tarafından girişimcilik faaliyetleri desteklenen ev hanımlarının bu süreçte rol çatışmasına yönelik bir sorun yaşadıklarını belirtmemiş olması bu anlamda destekleyici tutuma sahip erkeklerin ev içi iş yükünü eşleri ile paylaşması ile açıklanabilmektedir.

“Eşim arada gelir gider. “Bir ihtiyaç var mı?” diye sorar.” (K5)

“Bazen işlerim uzuyor, çocuklarla evde eşim ilgileniyor.” (K12)

Ev hanımlarının anne ve babalarından almış oldukları destekler de bu süreçte ikinci en büyük destek unsuru olmaktadır. 14 katılımcının ailesinden destek gördüğünü belirtmesi girişimci ev hanımlarının çoğunlukla eşleri ve aileleri tarafından gerek maddi gerek manevi olarak desteklendiği sonucuna ulaştırmaktadır. Geleneksel aile yapısı içerisinde kadınlar, karar alma ve uygulama noktasında tek başına hareket etme özgürlüğüne sahip olmamaktadır. Bu noktada eşler ve aile büyükleri kadınların gelecek faaliyetlerine yönelik karar mekanizması içinde ön plana çıkmaktadır.

“Bu işe girmeme babam ön ayak oldu diyebilirim.” (K5)

“Çocuğa evde annem bakıyor sağ olsun. Yemeklerini hazırlıyor, yedirip içiriyor...

Öyle olunca içim rahat ben de işime bakıyorum.” (K7)

Girişimci ev hanımlarının en çok destek gördüğü üçüncü alan ise sosyal çevreleri olup 7 katılımcı tarafından sosyal çevrelerinden destek gördükleri belirtilmiştir. 6 katılımcının ise çocuklarından destek gördüğünü belirtmesi, yaşa bağlı olarak değişkenlik gösteren bir faktör olmakla birlikte çocukların da bu süreçte anneleri için destekleyici tutum sergilediklerini göstermektedir. Bu süreçte destek görmediğini belirten ev hanımlarının sayısı ise 2 olarak öne çıkmaktadır.

Ev hanımları bu süreçte dışarıdan almış olduğu maddi ve manevi desteklerle daha güçlü ve sağlıklı faaliyetlerde bulunma imkanı elde etmektedir. Bu destekler özellikle ev hanımlarının iş ve ev şeklinde mekânsal olarak ikiye bölünmüş yoğunluğunu azaltmak adına bir gereklilik olmaktadır. Toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün kadının çalışma yaşamına dahil olması ile birlikte eşler arasında yeniden düzenlenmesi, ev içi sorumlulukların eşler arasında eşit bir düzlemde paylaşılması ve ailelerin bu konuda destekleyici tutum sergilemesi, çalışma yaşamına girişimcilik ile

dahil olan ev hanımlarının bu alana yönelmesinde ve faaliyetlerini sürdürmesinde teşvik edici özellik taşımaktadır.

3.5.3.4. Ev Hanımlarının Girişimcilik Süreçlerinde Yaşadığı Sorunlara İlişkin Bulgular

Ev hanımlarının girişimcilik sürecinde yaşadıkları sorunları belirlemek adına katılımcılara “Girişimciliğe karar verme, girişimciliğe hazırlık ve girişimi işletme süresi boyunca sizi zorlayan durumlar neler oldu?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların vermiş olduğu yanıtlardan hareketle konuya yönelik 12 kategori belirlenmiştir. Katılımcıların cevapları birden çok sorunu aynı anda kapsayabilmekle birlikte bu noktada ön plana çıkan cevaplar arasında “sermaye temini, bürokratik işlemler, mekan temini, mesleki deneyim ve bilgi eksikliği, olumsuz tutum ve önyargılar, aile üyelerini ikna etme, rol çatışması, başarısızlık korkusu, tanınırlık kazanma ve müşteriye ulaşma, danışma ve bilgi alma, çalışanlar üzerinde otorite kurma şeklinde sorunlar yer almaktadır. Herhangi bir problem yaşadığını belirtmeyen katılımcılar ise “bir sorun yaşamamış” kategorisi altında değerlendirilmiştir.

Bu sorunlar, ev hanımlarının girişimci olmaya karar verme ve girişimlerini kurma aşamasında kendisini gösterebildiği gibi işletme sürecinde de varlık kazanabilmektedir. Sermaye temini, bürokratik işlemler, mekan temini, olumsuz tutum ve önyargılar, aile üyelerini ikna gibi sorunlar girişimci olmaya karar verme ve girişimi fiziki olarak hayata geçirme aşamasına ait sorunlar olurken mesleki deneyim ve bilgi eksikliği, rol çatışması, başarısızlık korkusu, tanınırlık kazanma ve müşterilere ulaşma, danışma ve bilgi alma gibi sorunlar daha çok girişimin kurulmasından sonraki süreçte ait yaşanan sorunlardır.

Ev hanımlarının girişimcilik süreçlerinde yaşadıkları sorunlara ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde 8 katılımcının sermaye temin etme ve bürokratik işlemleri tamamlama noktasında sorun yaşadığı görülmektedir. Bu anlamda ev hanımları çoğunlukla girişimin kurulması aşamasında sorun yaşamaktadır. Bu sorunu yaşadığını belirten ev hanımları ise girişimlerini yeni bir işletme kurarak başlatanlar olmaktadır. Yeni bir girişimin kurulması için gerekli yasal prosedürlerin tamamlanması, işletmenin faaliyete başlamaya hazırlanması, nitelikli iş gücünün bulunması, gerekli ekipmanların temin edilmesi, tedarikçiler ile iletişim kurulması, işletmenin tanınırlık ve güvenilirlik düzeyini arttırarak potansiyel müşteri kitlesine ulaştırılması gibi faktörler,

pazara giriş stratejisi olarak bu yöntemi seçen ev hanımları için zorlayıcı bir süreç olabilmektedir. Kadınların zamanlarını çoğunlukla ev içerisinde ev işleri ile ilgilenerek geçirmesi, herhangi bir kurumsal işlemin gerçekleştirilmesi gerektiği durumlarda ailedeki erkek bireylerin devreye girmesi ve bu anlamda kadınların bürokratik yapıların dışında kalarak deneyim, tecrübe, bilgi eksikliklerinden dolayı daha çekingen olması ile sonuçlanmakta ve bu durum girişimcilik sürecine olumsuz yansımaktadır.

“Kredi çekmeyi düşündük gittik bankaya, ama faizler çok yüksek yani ben o borcu nasıl geri öderim?” (K9)

“Benim hayatımda bankayla bir işim olmamış ki...bu işlerle bizde kocam ilgilenir ben pek anlamam da zaten banka işlerinden.” (K10)

“En çok beni bu işlemleri tamamlanma süreci yordu. Oradan oraya koştur, muhasebeci bul, belgeleri hallet, imzalat, teslim et... Bir sürü iş.” (K22)

Finansman noktasında yaşanan problemler, ev hanımlarının girişimlerinin yapısını ve kapsamını da doğrudan etkileyen bir durum olarak değerlendirilebilmektedir. Bu anlamda kadınlar girişimcilik sürecine çok daha düşük sermayelerle başlangıç yapmakta ve küçük ölçekli işletmelerde faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda girişimin geliştirilmesi noktasında da ihtiyaç duyulan söz konusu maddi kaynaklara erişilemediği durumlarda ev hanımları piyasadaki mevcut rakipleri karşısında girişimini ayakta tutmak ve geliştirmek adına çok daha yoğun bir çaba sergileme durumunda kalmaktadır.

“Nakit sıkıntısı çektim bir süre çünkü bütün birikimi koymuştuk bu işe, bir süre harcamalara giderlere dikkat etmek durumunda kaldım...Hala da ediyorum.” (K6)

“Merkeze yakın dükkanların kiralari çok pahalı, para az, kredi faizleri yüksek... Eldeki imkanlara göre hareket etmek zorundasın bu da senin beklentilerini karşılamıyor bazen ama bir yerden başlamak lazım herkes dört dörtlük girmiyor bu işe.” (K12)

7 katılımcı tarafından belirtilerek ev hanımlarının en çok sorun yaşadığı ikinci durumu oluşturan ise işletmenin tanıtılması ve müşterilere ulaşılması olmaktadır.

“Ürünleri sayfaya yükledikten heyecanla ilk siparişi almayı bekledik. Ama heyecanımız karşılıksız kaldı çünkü uzun bir süre sipariş alamadık. Öyle olunca biz de mağazayı nasıl tanıtırız ne yapabiliriz diye düşünmeye başladık.” (K14)

Mekan temini ile olumsuz tutum ve önyargılar da bu süreçte 6 katılımcı tarafından dile getirilen sorunlardandır. Ataerkil zihniyet içerisinde kadınlar, edilgen, kırılgan, evcimen, tek başına ayakta durabilecek yeterlilikte olmayan ve dolayısıyla

yaşamını ancak bir erkeğin koruması altında idame ettirebilecek kişiler olarak idealize edilmektedir. Ev hanımlarının paylaşımlarında bu düşünce yapısının kadınlar da dahil olmak üzere çevrelerinde yer alan insanlarda bulunduğu ve söz konusu düşüncelerin kendileri üzerinde olumsuz etkiler yarattığı belirtilmektedir.

“Özellikle kayınvalidem hiç istemedi çalışmamı. Eşimin yanında da her fırsatta doldururcasına dillendirdi bunu. Eşim tabi orali olmadı ama yani kayınvalidemin böyle davranması da moralimi çok bozuyordu.” (K18)

“Erkek çalışıyorsa, maaşı da iyiye kadının çalışmasına gerek yok diye düşünülüyor daha çok.” (K21)

Sınırlı bir sosyal yaşam ve çevreye sahip ev hanımlarının mesleki gelişimlerine katkı sağlayacak bilgi ve tecrübelerin paylaşıldığı örgütsel birliktelikler içerisinde yer almamaları veya çevrelerinde kendilerine danışman edinebilecekleri kişilerin mevcut olmaması bu süreçte problem yaratan bir diğer unsuru oluşturmaktadır. Bu anlamda 5 katılımcının paylaşımında danışma ve bilgi alma konusunda yaşadıkları problemler dile getirilmiştir. 4 katılımcı bu süreçte yaşadığı sorunlar noktasında başarısızlık korkusundan bahsetmektedir. Belirgin bir sorun yaşamadığını belirtenler ile mesleki deneyim, bilgi eksikliklerinden veya aile üyelerini girişimci olmaya ikna etme gerekliliğinden dolayı sorun yaşadığını belirten ev hanımlarının sayısı ise her bir durum için 3 kişi olmaktadır. Rol çatışması ile çalışanlar üzerinde otorite kurma problemi ise 2 kişi tarafından belirtilen sorunlar olarak süreçte varlık göstermiştir.

“Başlarda bazen ne yapacağımı bilemediğim durumlar oldu, her şeyle kendim uğraştım” (K4)

“Herkesin ne gerek var, boş ver, otur evde rahat rahat, o işler kolay değil demesine rağmen bir hevesle girdim bu işe ama ya yapamazsam diye de içten içe endişe etmedim değil” (K7)

“Evle işi aynı anda idare etmek bazen zor oluyor, eve vakit ayıramıyorum fazla.” (K9)

“Eşimi buna ikna etmek biraz zor oldu sadece çünkü ciddi bir para gerekiyor.” (K10)”

“Daha önce böyle bir deneyimim olmadığı için alışmakta zorlandım biraz.” (K13)

“Ya ürünlerim beğenilmezse ya müşterim olmazsa diye endişe ettim başlarda...” (K15)

“Bizim kızlar hep abla yarın izin alabilir miyim, abla bir iki saatliğine bi’ dışarı çıkabilir miyim, abla biraz avans alabilir miyim... İstekleri bitmiyor ben de sevdiğimden öyle pek hayır diyemiyorum, yüzüm yumuşak bir de.” (K19)

Ev hanımlarının girişimcilik sürecinde yaşadıkları söz konusu sorunların oluşumunda içsel ve dışsal faktörler belirleyici olmaktadır. Dışsal faktörler, kadınların üzerinde kontrol sağlayamadığı faktörlere bağlı olarak gelişen sorunları oluştururken içsel faktörler ise sahip oldukları özelliklere bağlı olarak gelişen ve bu anlamda önüne geçilmesi daha mümkün olan sorunların kaynağı olmaktadır.

Bu bağlamda sermaye temini, bürokratik işlemler, mekan temini, olumsuz tutum ve önyargılar, aile üyelerini ikna etme, tanınırlık kazanma ve müşterilere ulaşma konusunda yaşanan sorunlar dışsal faktörlere bağlı varlık gösterirken, mesleki deneyim ve bilgi eksikliği, rol çatışması ve başarısızlık korkusu da girişimciye has değişkenlere bağlı olarak içsel faktörlerden kaynaklanan sorunları oluşturmaktadır. Görüşme yapılan girişimci ev hanımları açısından değerlendirildiğinde en sık dile getirilen sorunların dışsal faktörlere bağlı olarak meydana geldiği söylenebilmektedir.

3.5.3.5. Ev Hanımlarının Girişimcilik Başarısını Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular

Girişimci ev hanımlarının bu süreçte yaşadıklarına yönelik gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgularla girişimcilik başarısına etki eden en belirgin başlıca faktörler tespit edilmiştir. Bu faktörler mevcudluk düzeyine bağlı olarak girişimcilik sürecinde olumlu veya olumsuz yansımalar bulmaktadır. Bu noktada söz konusu değişkenlerin ev hanımlarının girişimciliğinin başarısı üzerindeki etkileri anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Ev hanımlarının girişimcilik başarısını etkileyen değişkenlerden bir tanesi ailede ve yakın çevrede girişimci bir kişiliğin bulunmasıdır. Girişimciler, aile ve çevresinde mevcut girişimcilerle iletişim kurarak bilgi alışverişinde bulunma, onların farklı fikir, deneyim ve tecrübelerinden yararlanma avantajı sağlamaktadır. Bu anlamda girişimci kişiler, ihtiyaç duyduklarında kendilerine yol gösterebilecek birinin olmasının verdiği güven duygusuyla daha emin adımlar atarken aynı zamanda girişimcilik sürecinde yaşanan başarısız olma korkusu, yalnızlık duygusu, güvensizlik gibi durumlar da minimum seviyeye inmektedir.

Ev hanımlarının bu süreçte yaşadıkları problemler incelendiğinde aile ve çevresinde bir girişimci bulunmayan kişilerin danışma, bilgi alma noktasında ve başarısızlık endişesi nedeniyle problem yaşadıklarını dile getirdiği görülmektedir. Ailesinde ve çevresinde girişimci birinin bulunduğu kişilerde ise bu tarz bir sorunun yaşanmadığı görülmüştür. Bu sorunların çözümünde tek gerekçe olmamakla birlikte ters orantılı olarak varlık gösteren bu olgular, girişimcilerin aile ve çevresinde bir başka girişimci olmasının sağladığı faydayı kanıtlar niteliktedir. Girişimci kişiler, girişimcilik faaliyetlerinde bilgi ve tecrübelerinden yararlanan önemli bir kaynak olmasının yanı sıra girişimci olmak isteyen kişiler için de bir rol model olup onların bu alana ilgisini pekiştirmekte ve toplumda kadın girişimciliği kültürünün gelişimine hizmet etmektedir.

“Eşim zaten yıllardır esnaflık yapıyor ondan ben de ticarete yabancı sayılmam.” (K21)

“Okul bittikten sonra babamın kırtasiye dükkanında takılırdım hep, yardım ederdim ona ... Sonra babam bana da bir dükkan açmayı teklif etti. Bizim depodaki hazır ürünleri orda satarsın parayı kazandıkça kendin mal almaya başlarsın dedi.” (K5)

“Bu dükkan açılırken yapılması gereken işleri falan da hep muhasebecimizle hallettik. Sağ olsun çok yardımcı oldu.” (K5)

Sosyal çevresi geniş kişilerin ailede bir girişimci olmamasına rağmen sahip oldukları çevre içerisinde bu kişilere ulaşması daha mümkün olmaktadır. Geniş bir çevre, aynı zamanda ev hanımları gibi küçük ölçekli işletme sahibi girişimciler için tanınırlık kazanma ve müşteriye ulaşma noktasında oldukça yararlı bir sosyal sermaye olmaktadır. Girişimcilerin sahip oldukları sosyal çevreler, aynı zamanda girişimciler için önemli bir destek kaynağı oluşturmaktadır. Girişimci ev hanımlarının faydalandığı manevi desteklere ilişkin bulgular incelendiğinde çevre desteğinin en çok görülen üçüncü destek faktörü olduğu anlaşılmaktadır. Hem maddi hem manevi yönden sağlanan bu destekler, özellikle kadın girişimcilerin özgüvenini yükseltmekte ve başarıya ulaşma motivasyonunu güçlendirmektedir.

Sosyal çevrenin yanı sıra aile tarafından girişimciye sağlanan desteklerin de bu süreçte önemi büyük olmaktadır. Öyle ki aile işletmesinde faaliyet gösterenler de dahil olmak üzere çoğu girişimci ev hanımı, bu süreçte faydalandıkları en büyük maddi ve manevi destek kaynağının eşleri ve aileleri olduğunu, bu sayede girişimcilik faaliyetlerini daha özgüvenli şekilde sürdürdüklerini belirtmiştir. Aile desteği, aynı zamanda girişimcilerin işletmelerini kurma aşamasında yaşadıklarını dile getirdiği ailelerini ikna

etme sorununu da etkilemektedir. Aile desteği alan girişimcilerin bu konuda problem yaşama ihtimalleri daha düşüktür ve böylece faaliyetlerine çok daha hızlı bir başlangıç yapabilme şansına sahip olmaktadır.

“Eşimin bu konudaki destekleri çok fazla oldu. Onun arkamda olduğunu, beni desteklediğini bilmek beni daha çok cesaretlendirdi.” (K6)

“En büyük destekçilerim eşim ve annem. Onların başarsam da başaramasam da her zaman benim yanımda olacaklarını bildiğim için hiçbir zaman korkmadım, çekinmedim..” (K19)

Girişimci ev hanımlarının bir sorun olarak değerlendirdiği girişimci olmalarına yönelik olumsuz tutum ve ön yargıların onlarda yarattığı negatif etki düzeyi de aile desteğine bağlı olarak değişmektedir. Hatta bu destekler, kimi zaman girişimcinin bu tarz olumsuzluklarla karşılaşma ihtimalini de düşürmektedir. Aile içinde öğrenilen her türlü bilgi ve davranış biçimi bireylerin gelecek faaliyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Öyle ki ailenin yapısı, çocukların girişimcilik ruhlarını besleyen ya da mevcut eğilimlerini körelten bir tarza sahip olabilmektedir. Girişimci ev hanımlarının bazıları bu bağlamda dışarıdan gördükleri olumsuz tutum ve davranışları önemsemeden girişimci olma kararlılıklarını devam ettirmelerini ve faaliyetlerini gerçekleştirmelerini ailelerinden aldıkları desteklerle mümkün kıldığını belirtmiştir.

Aile desteği içerisinde anne babanın yanı sıra eşlerin bu konuda sahip oldukları düşünceler, sergilediği tutum ve davranışlar kadınlar için daha ayrı bir öneme sahiptir. Eşlerinin girişimcilik faaliyetlerine destek veren erkekler, hem kadınların bu süreçte psikolojik olarak daha sağlıklı hareket etmesini sağlamakta hem de kadınların yaşamış oldukları rol çatışması kaynaklı sorunları hafifletebilme kimi zaman tamamen ortadan kaldırmaktadır. Eşleri ve aileleri tarafından girişimcilik faaliyetleri desteklenen ev hanımları, bu süreçte rol çatışmasına yönelik bir sorun yaşadıklarını belirtmemektedir. Ev hanımlarının rol çatışması yaşamaması, eşlerin ve ailelerin ev hanımlarının girişimciliğini destekleyici tutumları daha yoğun şekilde gösterdiğini ortaya koymaktadır. Kadınların çalışsalar dahi ev içinde sahip olmayı sürdürdüğü görev ve sorumluluk yükünün eşler arasında paylaşılması, kadınların girişimcilik faaliyetlerine daha çok zaman ayırabilmesini ve böylece girişimini daha iyi yönde geliştirebilmesini mümkün kılmaktadır.

Tüm bu faktörlerin girişimci kadınlara tek başına başarıyı getirmesi şeklinde bir durum söz konusu değildir. Bu faktörler kadınların başarıya ulaşma yolunda önem sırası

değişebilen yardımcı unsurlar olmaktadır. Bu başarının sağlanmasında rol oynayan en önemli faktör ise girişimcinin bilgi beceri ve tecrübesidir. Girişimciler, bu birikimin üzerine işletmelerini inşa ederler ve faaliyet gerçekleştirirler. Bu önemli unsurları girişimci kendi çabalarıyla elde etmekle birlikte sahip olunan mesleki deneyimler bu noktada artı bir değer oluşturmaktadır. Girişimci ev hanımları bu anlamda çoğunlukla bilgi ve beceri sahibi oldukları alanlarda girişimcilik faaliyetlerini yürütmektedir. Üretim ve hizmet noktasında problem yaşamadıkları görülen ev hanımlarının en fazla sıkıntı yaşadıkları konu ise daha çok finansal konular ve halledilmesi gereken bürokratik işlemler olmaktadır.

Girişimcilik başarısını etkileyen söz konusu faktörlerin varlığı çeşitli faydalar sağladığı gibi eksiklikleri halinde girişimcilik başarısına olumsuz yansımaları olabilmektedir. Ev hanımları çevrelerinde girişimci kişiliklerin bulunması nedeniyle bilgi ve deneyim eksikliklerini giderme noktasında başvurabilecekleri birilerinin olmamasından dolayı sorun yaşadıklarını belirtmiştir. Ev hanımlarının başarısız olma endişeleri de yine bu süreci olumsuz etkileyen bir durum olmaktadır. Ev hanımlarının başarısız olma endişeleri, girişimlerini kurma noktasında yaptıkları harcamalara verdikleri önem derecesi ile doğru orantılı şekilde büyüme eğilimi göstermektedir. Özellikle sahip oldukları tüm birikim ve kredi borçları ile bu sürece adım atan girişimciler için başarısız olma korkusu çok daha yoğun hissedilmektedir. Aynı zamanda aile ve çevre tarafından girişimci olmaları noktasında olumsuz tutumlarla karşılaşan ve destek görmeyen ev hanımlarının da bu korkuyu yoğun şekilde yaşadığı görülmektedir.

3.5.3.6. Girişimcilik Faaliyetlerinin Ev Hanımlarının Yaşamlarında Meydana Getirdiği Değişimlere İlişkin Bulgular

Ev hanımlarının girişimcilik faaliyetleri ile yaşamlarında meydana gelen değişimleri ortaya koyma amacıyla ilgili sorular katılımcılara yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar arasından bu değişimlere ilişkin en çok öne çıkan unsurlar belirlenmiş ve “kişisel özerklik, ekonomik bağımsızlık, statü ve saygınlık, kişisel tatmin ve özgüven, sosyal çevre, geleceğe yönelik güven, maddi rahatlık, kişisel gelişim, yoğun yaşam ve yorgunluk, yeni sosyallikler” olmak üzere 10 kategori oluşturulmuştur. Katılımcıların paylaştığı bilgilerden birden çok değişimlerin bu süreçte aynı anda meydana gelebildiği görülmüş olup katılımcılar, girişimciliğin yaşamlarında birden çok değişim yarattığını belirtmiştir.

Bu noktada girişimcilik faaliyetleri sonucu ev hanımlarının yaşamlarında en sık meydana gelen değişimin 12 katılımcı tarafından belirtilen kişisel tatmin ve özgüven olduğu görülmektedir. Ev hanımları, girişimcilik ile beraber yaptıkları faaliyetlerin daha değerli hale geldiğini belirtirken, bu değerın hem sosyal çevreleri hem de müşterileri tarafından onaylanıp takdir edildiğini görmenin kendilerinde büyük bir mutluluk yarattığını belirtmektedir. Geleneksel anlayışlarla birlikte toplumsal alanın dışında daha çok ev içi mekanla sınırlanan ve bu anlamda emek yoğun çabaları özellikle maddi yönden herhangi bir karşılık bulamayan ev hanımlarının girişimci faaliyetlerle emeklerinin görünür hale gelmesi onlar için aynı zamanda bir gurur ve özgüven kaynağı olmaktadır.

“İnsanın emeğinin karşılığını aldığını görebilmesi büyük bir mutluluk. Hem senin için hem yakınların için bir gurur kaynağı.” (K11)

“Bu işin bu boyutlara gelebileceğini hiç düşünmemiştim. Ufak tefek kazançlar elde etmekle başladığım bu uğraş diyeyim şimdi benim işim oldu. Bu benim için büyük bir başarı.” (K14)

“Sevdiğim işi yapıyorum ve bu da beni çok mutlu ediyor. Çoğu insan işini sevmiyor, işe istemeyerek gidiyor. Ben bunu hayatımda bir şans olarak görüyorum.” (K15)

Sosyal çevre ise katılımcıların yarısının yaşamış olduğu bir değişim olarak bu süreçte kendisini göstermiştir. Ataerkin hakim olduğu geleneksel yapılar içerisinde kendisini gösteren cinsiyet temelli toplumsal roller ve adaletsiz iş bölümü, kadının kendisine atfedilen rolleri yerine getirebilmesi adına bir çok fedakarlıkta bulunmasını gerekli kılmıştır. Kadınlar bu düzen içerisinde sosyal yaşamın dışına itilmiştir. Bu noktada kadınların toplumsal konumunu ev içi mekanla özdeşleştiren ve kadınlara sınırlı bir sosyallik alanı bırakan geleneksel toplumsal anlayışların girişimcilik faaliyetleri ile dışına çıkıldığı görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik ev hanımları için aynı zamanda bir sosyalizasyon sürecini de temsil etmektedir.

“Dükkan çok sık gelen müşterilerim var. Artık onları müşteriden ziyade bir dost olarak görüyorum. Buraya geldiklerinde oturuyoruz, muhabbet ediyoruz, bazen dertleşiyoruz. Bu bana çok iyi geliyor.” (K18)

“Bu işle birlikte yeni insanlar tanıma fırsatım oldu. Hatta bazılarıyla arkadaş bile olduk.” (K21)

Girişimciliğin sağladığı maddi rahatlık 9 katılımcı tarafından belirtilerek girişimciliğin yarattığı üçüncü değişim olmaktadır. Kişisel özerklik ve yeni sosyallikler ise her biri için 8 katılımcının belirtmiş olduğu yeni bir kazanım olarak karşımıza

çıkılmaktadır. Ev hanımlarının çoğunlukla ev içinde geçirdikleri zaman diliminde deneyimledikleri sınırlı sosyallikler, girişimcilik ile beraber genişleme göstermiştir.

“Eşimle birlikte hafta sonu İstanbul’a mal almaya gidiyoruz mesela. Belki kulağa çok romantik gelmiyor ama bu yolculuklar benim için çok keyifli bir şey. Önceden böyle bir aktivitemiz yoktu tabii...” (K7)

Girişimcilik aynı zamanda ev hanımlarının üzerlerinde hissetmiş oldukları bir takım baskı mekanizmalarından kurtulması ve bu anlamda özgür bir şekilde hareket edebilmelerini mümkün kılan bir gelişim olarak okunmaktadır.

“ Kesinlikle özgürlük. Kimseye hesap verme derdin yok, kimseye katlanmak zorunda değilsin. Her şeyin senin kontrolünde gerçekleşiyor. Bu da müthiş bir şey.” (K19)

Katılımcıların 7’si girişimciliğin kendilerine ekonomik bağımsızlık kazandırdığını, 6’sı geleceğe yönelik güvenlerini arttırdığını dile getirmiştir. Girişimciliğin kişisel gelişimlerini arttırdığı ile yoğun bir yaşama ve yorgunluğa sebep olduğunu belirtenler ise 4’er kişi olmaktadır. Bu değişimler arasında 2 kişi ile en az sayıda ev hanımının yaşadığı değişim ise statü ve saygınlık olmaktadır. Girişimcilikle beraber yaşanan değişimlere statü ve saygınlık yanıtının verilmesi kadın girişimcilerin girişimcilikten beklentilerine bağlı olarak değişmekle birlikte bu denli az olmasında sahip olunan işletmenin kapsamı, mekânsal özellikleri, faaliyet alanı, maddi getirisi, tanınırlığı gibi faktörlerin de etkisi olduğu söylenebilir.

“Girişimcilikle beraber çevremdekilerin bana çok daha saygı duymaya başladığını hissediyorum.”(K6)

“Ekonomik açıdan rahatlama sağlıyor. En güzeli de insanın kendi kazandığı parayı gönül rahatlığıyla, dilediği gibi harcayabiliyor olması” (K7)

“ Bu bizim aile mesleğimiz bu dükkân da aile mirasımız. Burası bana güven veriyor. İnsanları görüyorum iş bulamıyorlar, maddi sıkıntı çekiyorlar. Allah herkesin yardımcısı olsun. Burası olmasa belki ben de bu insanlardan biri olacaktım.” (K16)

“Yorgunluğum arttı. Yoruluyorum, kimi zaman ailemle fazla vakit geçiremiyorum, onları özliyorum evet ama onların geleceği, mutluluğu için tüm bunlara katlanmaya değer diye düşünüyorum.” (K13)

Katılımcıların verdikleri cevaplardan elde edilen girişimciliğin yaşamlarında meydana getirdiği değişimlere ilişkin bulgulara bu değişimlerin çoğunun olumlu olduğu, artan iş yüküne bağlı olarak yoğun bir yaşam sürdürmenin ve yorgunluğun haricinde olumsuz yönde herhangi bir değişimin yaşanmadığı görülmüştür. Ancak ev hanımları, girişimcilik faaliyetleri ile beraber artan bu yaşamsal yoğunluk ve yorgunluğun

girişimciliğin sağlamış olduğu diğer faydalar göz önüne alındığında şikayet etmeye değer bir durum olmadığını ve bu yorgunlukların çalışan, üreten, kendi ayakları üzerinde durabilen bir kadın olmanın verdiği tatmini pekiştirdiğini dile getirmektedir.

Aynı zamanda bulgular girişimcilik faaliyetlerinin ev hanımlarının yaşamları üzerinde yarattığı değişimlerin ekonomik olmaktan çok kişisel ve sosyal boyutta meydana geldiğini göstermektedir. Ev hanımlarının girişimcilik faaliyetlerinden önce daha çok ev mekanıyla sınırlı yaşamları onlara yeni sosyallikler ve yeni sosyal ağlar edinme imkanı vermemiştir. Girişimcilik ile birlikte özgüveni artan, hayalini gerçekleştirmenin verdiği tatmin duygusunu yaşayan, sosyal sınırlarını genişleten ve hayatına bir çok yenilik katan kadınlar için bu değişimlerin önemi bu anlamda daha büyük olmaktadır.





DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
SONUÇ

Geleneksele ait ataerkil anlayışların kadın ve erkek için belirlemiş olduğu toplumsal roller ve iş bölümü, kadını evi, eşi ve çocuklarıyla ilgilenmekle görevlendirip onların faaliyet alanını ev içiyle sınırlandırırken erkeği bu sorumluluklardan bağımsız tutarak ev dışı mekanda çalışıp evin ekonomik geçim kaynağını oluşturmak üzerine konumlandırmıştır. Bu anlayışın temelinde yer alan erkeğin kadından daha üstün olduğu çünkü kadının çalışmak ve ev harici bir alanda üretim ve hizmet faaliyetleri gerçekleştirmek için yeterli donanıma erişemeyeceği, kadının yalnızca aile içinde eşine ve çocuklarına hizmet etmesi gerektiği inancı üzerine kadınlar, başkaları tarafından kendileri için en uygun olduğu kararlaştırılan ev içi mekanlarında yine kendileri için önceden planlanmış faaliyetleri gerçekleştirmek adına ekonomik ve toplumsal alanda yeterince aktif olamamıştır.

Bu halkaların dışında kalan kadınlar ise ev hanımı olarak tanımlanmıştır. Ev hanımlığı, bu anlamda iktisadi ve ekonomik faaliyetlerde aktif rol alan kadınlardan farklı olarak iş gücüne katılım göstermeyip bir meslek sahibi olmayan, düzenli geliri bulunmayan, temizlik yapmak, çocuk bakmak, yemek hazırlamak gibi ev içi işleri kapsayan ücretsiz üretim ve hizmet faaliyetleri gerçekleştiren kadınları ifade eden bir kavram olarak kendisini göstermiştir.

Ev hanımları toplumsal cinsiyet olgusunun kaynaklık ettiği bir çok sorunla yüzleşmek durumunda kalmış ve tüm bu zorluklara karşın toplumsal alanda kendi varlığını inşa etme mücadelesinde bulunmuştur. Kadınların var olma noktasında sarf ettikleri bu gayretli mücadele çalışma hayatı içerisinde de kendisini göstermektedir. Öyle ki toplumsal cinsiyetin kendilerine yüklediği roller ve bu rollerin beraberinde getirdiği görev ve sorumluluklar nedeniyle ev içi mekanla sınırlanan kadınlar, uzun süreler boyunca çalışma hayatı içerisinde kendilerine yer bulamamıştır. Formel sektör içerisinde istihdam edilemeyen bazı kadınlar bu noktada kayıt dışı ekonomiye yönelmiş ve bu alanda çok daha farklı problemlerle karşılaşmışlardır.

Bu süreçte kadınların üretim ve hizmet faaliyetlerini erkeklerin aksine ev içinde ücretsiz iş gücü olarak gerçekleştirmesi ve herhangi bir işte istihdam olanağı bulamamaları ekonomide erkek egemenliğini arttırırken, kadınların mesleki deneyim ve bilgi noktasında erkeklerin gerisinde kalmasına neden olmuştur. Bu durum bir çok kadını kimi zaman iş hayatı içerisinde kimi zaman iş gücüne katılım aşamasında finansal

zorluklarla, sosyal baskılarla, ayrımcı tutumlarla ve bürokratik engellerle karşı karşıya bırakmıştır.

Girişimcilik bu anlamda içerisinde faaliyet gösteren kadınların söz konusu zorlukları yaşadığı bir alan olurken aynı zamanda iş gücü piyasası içerisinde ekonomik birer aktör olarak bağımsızlık kazanmaları ve toplumsal alanda varlıklarını arttırıp güçlendirmeleri yönünde önemli bir araç vazifesi görmektedir. Aynı zamanda kadınlar, girişimleri ile ekonomiye canlılık kazandırıp ülke için bir değer kaynağı yaratırken, sundukları iş imkanları ülkedeki istihdam oranını arttırmakta ve toplumsal refahı yükseltmektedir.

Günümüz dünyasında kadınların girişimsel faaliyetlerde ağırlığını giderek arttırması ile kadın girişimciliği daha fazla tanınır hale gelmektedir. Ancak gelenek, görenek ve kültürlerine bağlılık gösteren ve dolayısıyla da değişimlere kapalı geleneksel bir toplum yapısı sergileyen Türkiye’de, kadın girişimciliğine yönelik dünyada yaşanan gelişmelerin paralel şekilde ilerlediğini söylemek mümkün değildir. Kadın girişimciliğinin önemi göz önüne alındığında kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik çabaların arttırılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Özellikle toplumun kendisine yönelik algısı ve mevcut toplumsal konumları gereği çalışan kadınlara göre daha dezavantajlı bir pozisyonda yer alan ev hanımlarının girişimcilik faaliyetleri ile ekonomiye kazandırılması, hem ülke gelişimi açısından hem de kadınların toplumsal alanda görünürlüklerinin artarak daha güçlü varlık gösterebilmelerini sağlamak açısından değerlendirildiğinde çok daha önem kazanmaktadır.

Literatür incelendiğinde konuya yönelik ortaya konan çalışmaların kadın girişimciliğini daha çok makro boyutlarda ele aldıkları görülmüş ve konuyu ev hanımları özelinde ele alıp inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışma ise yerel bir çalışma evreni üzerinden girişimcilik alanına ev hanımı kimliğiyle dahil olmuş kadınların bu süreçte yaşadıklarını ele alan ilk betimsel araştırma olma özelliğini taşımaktadır. Girişimciliğin sağladığı faydalar, ev hanımlarının bu alana yönelik ilgisini arttırmakta ve girişimci ev hanımı sayısı çoğalma eğilimi göstermektedir. Dolayısıyla konuya yönelik çalışmaların da artış göstereceği tahmin edilmektedir. Bu anlamda girişimci ev hanımlarının girişimciliğe yönelme nedenleri, girişimcilik sürecinde faydalandıkları destek unsurları, karşılaştıkları sorunlar, girişimcilik başarılarını etkileyen temel faktörler, girişimcilik faaliyetleri ile yaşamlarında meydana gelen başlıca değişimler üzerinden sürecin farklı boyutlardan ele alınmasının literatüre katkı

sağlayacağı ve konuya yönelik gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalara kaynak oluşturacağı düşünülmektedir.

Ev hanımlarının girişimciliği ve girişimcilik süreçlerinde yaşadıkları üzerinden hareket noktasının oluşturulduğu bu çalışmada Kütahya ilinden 22 girişimci ev hanımı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve nitel veriler toplanmıştır. Ev hanımlarının bir kadın olarak girişimcilik süreçlerinde yaşadıklarını açıklamaya yönelik sorular, gönüllülük esasına dayalı olarak görüşmeye katılan girişimci ev hanımlarına yöneltilmiştir. Katılımcıların yöneltilen sorulara verdiği yanıtlarda konuya yönelik anahtar kelimeler tespit edilip ilgili başlıklar altında toplanarak araştırma bulgularına ulaşılmıştır.

Çalışmadaki kısıtlılıklar ise araştırmada derinlemesine görüşmeler yapılarak verilerin toplanması nedeniyle araştırma örnekleminin sayı olarak sınırlı tutulmasıdır. Bu anlamda yerel bir örneklem grubu üzerinden elde edilen bulguların Türkiye genelindeki girişimci ev hanımlarını kapsayan sonuçlara sahip olup olmadığı tespit edilememektedir. Ancak bu tarz niteliksel araştırmalar, çoğunlukla genellenebilirlik iddiasında bulunmamaktadır. Çünkü sosyal olguların hareketli ve değişken yapısı, onu evrensel olmaktan uzaklaştırmaktadır. Dolayısıyla sosyal değişkenlerle dolu bu dinamik sürecin incelemesindeki amaç kanıtlanabilir iddialar sunmak değil süreci ele alınan farklı boyutlar üzerinden ortaya koymak ve açıklığa kavuşturmadır.

Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen çalışmada katılımcı olarak yer alan girişimci ev hanımlarının genel demografik özellikleri incelendiğinde en küçük 29, en büyük 57 olmakla beraber çoğunluk yaş aralığının 30-39 arasında olduğu görülmektedir. Ev hanımlarının çoğunluğunun eğitimini lise seviyesine kadar tamamlamış olması ancak üniversite bitirmiş ev hanımlarının da bu gruba yakın bir sayıda yer alması katılımcıların eğitim durumlarının Türkiye'deki eğitilmiş nüfus oranı ile kıyaslandığında oldukça iyi seviyede olduğunu göstermektedir. Girişimci ev hanımlarının çoğunlukla en az 1 çocuk sahibi olmaları, çocukların girişimcilik faaliyetlerine katılım noktasında herhangi bir engel teşkil etmediğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların yarısı girişimcilik faaliyetleri ile ilgili veya bu faaliyetlerden bağımsız olarak herhangi bir mesleki deneyimi bulunmadığını belirtmiştir. Mesleki deneyimlerin girişimcilik süreci üzerindeki olumlu etkisi göz önüne alındığında bu şaşırtıcı sonucun ortaya çıkmasının altında yatan neden ev hanımlarının sonuçsuz kalan iş bulma çabaları ve bu noktada kimisinin kayıt dışı ekonomide enformel iş gücüne

yönelmesi olarak okunabilir. Ek olarak girişimci ev hanımlarının en çok faaliyet gösterdikleri sektörün ticaret olduğu, faaliyetlerine çoğunlukla yeni bir girişim üzerinden başlangıç yaptıkları görülmüştür. Elde edilen bu bulgular, ev hanımlarının çoğunlukla geleneksel kadın girişimci türüne ait özellikler taşıdığını ortaya koymaktadır.

Ev hanımlarının girişimciliğe yönelmelerinde etkili olan bir çok farklı neden olmakla beraber verilen yanıtlar içerisinde en fazla dile getirilen hayalini gerçekleştirme ve kendini kanıtlama isteği olmuştur. Bu anlamda ev hanımlarının çoğunluğunun girişimcilik faaliyetlerine ekonomik bir zorunluluktan ziyade öz tatmin duygusundan hareketle istekli bir şekilde başladıkları anlaşılmaktadır. Girişimlerini kurarken çoğunlukla öz kaynaklarını kullandıkları ve bu süreçteki en büyük destek unsurunun eşleri olduğu görülmüştür.

Ev hanımlarının girişimcilik süreçlerinde karşılaştıkları sorunlara yönelik elde edilen verilerde kadınlar bu süreçte en çok sermaye temini ve bürokratik işlemler noktasında sıkıntı yaşadıkları anlaşılmıştır. Katılımcıların dile getirdikleri sorunların ortaya çıkmasında belirleyici olan değişkenler ise aile ve yakın çevrede girişimci bir kişiliğin olması, sosyal çevrenin genişliği, ailelerin ve eşlerin girişimciliğe karşı tutumları, eşler arası sorumlulukların paylaşılması, mesleki bilgi ve beceriler üzerinden ele alınıp açıklanmıştır. Ev hanımları tarafından girişimcilik faaliyetleri ile beraber yaşamlarında meydana gelen değişimlerin neler olduğu sorusuna en sık verilen yanıt ise kişisel tatmin ve özgüven olmuştur.

Sonuç olarak;

Girişimcilik, bireyler ve toplumlar için ekonomik ve sosyal gelişmelere kaynaklık eden önemli bir faaliyet alanıdır. Dolayısıyla bir girişimin kurulması, girişimcinin hayatında yarattığı değişimler kadar ait olduğu toplumsal alanda da bir takım dönüştürücü etkinlikler yaratmaktadır. Kişisel gelişim, öz tatmin, bağımsızlık, kendine güven, saygınlık, sosyallik, özerklik gibi girişimcilikle birlikte artış gösteren özellikler girişimciliğin bireysel faydalarını oluştururken, ekonomik kalkınma, nitelikli iş gücü, istihdam, milli gelir ve toplumsal refah artışı şeklindeki gelişmeler girişimciliğin toplumsal boyutta sağladığı faydaları oluşturmaktadır.

Teknolojik devrimler ve bilimsel çalışmalarda kaydedilen gelişmelerle birlikte fiziksel güçten çok bilginin ön planda olduğu bir döneme geçiş yapılmıştır. Yaşanan bu değişimler sonucu kadınlar da iş gücü olarak ekonomi piyasasında ön plana çıkmaya

başlamış ve girişimcilik de bu anlamda faaliyet gösterdikleri bir alan olmuştur. Kadın iş gücünün girişimcilik faaliyetlerinde yoğunluğunu arttırmaya başlaması kadın girişimciliği kavramını ortaya çıkarmıştır.

Kadın girişimciliği her ne kadar artış gösterme eğilimi taşısa da girişimciliğin faydaları göz önüne alındığında bu artışın yeterli seviyede olup olmadığı toplumların sorgulaması gereken bir soru olmaktadır. Bu noktada kadın girişimciliğinin gelişimi önünde engel teşkil eden unsurların belirlenmesi ve bu engelleri ortadan kaldırmaya yönelik küresel ve yerel çalışmaların arttırılması büyük bir gereklilik halini almaktadır.

Kadın girişimciliği önünde tanımlanan en büyük engellerden biri toplumsal roller ve bu rollerin beraberinde getirdiği görev ve sorumlulukların onlarda zamansal ve mekânsal sınırlamalar yaratması sonucu kadınların girişimsel faaliyetler gerçekleştirme imkanı elde edememesidir. Toplumsal cinsiyet tarafından beslenen eril egemen anlayışlar, kadınları doğası gereği bu alana uygun görmemekte, kadının yalnızca ev içi mekanda konumlanması ve çocuk bakmak, yemek yapmak, temizlik gibi hizmete dönük işlerle uğraşması gerektiğine yönelik bir algı yaratmaktadır.

Kadını çalışma yaşamından uzaklaştıran ve insanların formel iş gücü piyasası içerisinde ücretli olarak yaptığı işleri kadınlar için günlük ev işine dönüştüren cinsiyete dayalı iş bölümü, ev hanımlığı kavramsallaştırmasıyla bu durumu meşru bir zemine oturtmakta ve kadının toplumsal konumuna yönelik geleneksel algının pekiştirilmesini sağlamaktadır.

Kadına yönelik toplumsal önyargıların ve eril zihniyetin kadın üzerinde kurduğu baskıyı azaltmak için kadının erkek egemen piyasa koşullarında iş gücü ağırlığını arttırarak ekonomik güç dengelerini değiştirmesi, çalışan ve üreten kadın kimliğiyle toplumda kendini yeniden var etmesi, finansal bağımsızlığını kazanması ve kendi ayakları üzerinde durabilecek yeterliliğe ulaşması gerekmektedir. Bu başarının sağlanmasında girişimcilik önemli bir araçtır.

Ev hanımlarının girişimciliğe yönelme nedenlerine ilişkin elde edilen verilerde katılımcıların çoğunlukla hayallerini gerçekleştirmek ve başarılı olacaklarına yönelik kendilerini kanıtlamak isteğiyle girişimciliğe adım attıkları görülmektedir. Girişimcilik, ev hanımlarına kendi potansiyellerini ortaya koyma imkanı sunmaktadır. Bu anlamda ev hanımlarının girişimciliği ihtiyaçlardan doğan bir zorunluluktan ziyade bireysel istekleri doğrultusunda katılım gösterdikleri bir yönelim olarak okunmaktadır.

Ev hanımlarının çoğunlukla geleneksel kadın girişimci türüne ait özellikler taşıdığı görülmektedir. Küçük ölçekli işletmelerinde girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştiren ev hanımlarının girişimlerinden büyük maddi getiriler elde etmesi söz konusu olmamaktadır. Ev hanımlarının girişimcilik faaliyetlerinden yüksek kazançlar elde etmeye yönelik bir beklentilerinin bulunmaması bu durumu desteklemektedir.

Girişimcilik süreçlerinde en fazla bürokratik işlemler ve sermaye temini noktasında sorun yaşadıklarını belirten ev hanımlarının özellikle sermaye temini aşamasında yaşadıkları sorunlar ve buna bağlı olarak değişkenlik gösteren başlangıç sermayeleri, işletmelerinin yapısını ve faaliyet kapsamını belirleyici olmuştur.

Ev hanımlarının girişimlerini kurarken çoğunlukla öz birikimlerini kullandıkları görülmüştür. Bunun nedeni ise, kadınların finansal ihtiyaçlarını destekleyecek kredilerin kadınlar tarafından kolay ulaşılabilir olmamasıdır. Kadınların kredi desteklerine ulaşma noktasında yaşadıkları problemler, girişimlerini oluştururken mevcut birikimlerini kullanmalarına ve bu doğrultuda daha küçük ölçekli bir işletmede sınırlı imkanlarla faaliyet gerçekleştirmelerine neden olmaktadır.

Ev hanımları bu süreçte en büyük desteği eşlerinden gördüklerini dile getirmiş ve eş desteğinin girişimcilik başarılarında olumlu yansımalar yarattığı gözlenmiştir. Eşlerinin girişimcilik faaliyetlerine destek veren erkekler, hem kadınların bu süreçte psikolojik olarak daha sağlıklı hareket etmesini sağlamakta hem de kadınların yaşadığı rol çatışması sorununa çözüm olabilmektedir. Eşleri tarafından girişimcilik faaliyetleri desteklenen ev hanımları, bu süreçte rol çatışmasına yönelik bir sorun yaşadıklarını belirtmemiştir. Bu durum, destekleyici tutuma sahip erkeklerin ev içi iş yükünü eşleri ile paylaşması ile açıklanabilmektedir.

Girişimcilerin çevrelerinde girişimci bir kişiliğin bulunması, sosyal çevre, mesleki bilgi, beceri ve tecrübe gibi değişkenlerin yine bu süreçte başarıyı etkileyen faktörler olarak ön plana çıktığı gözlenmiştir.

Son olarak elde edilen bulguda ise ev hanımlarının girişimcilik faaliyetleri ile birlikte yaşamlarında meydana gelen en belirgin değişimin kişisel tatmin ve özgüven artışı olduğu belirlenmiştir. Bu anlamda ev hanımlarının yaşadıkları değişim ekonomik olmaktan çok kişisel ve sosyal boyutta kendisini göstermiştir. Ev hanımlarının ev içi ile sınırlı faaliyet alanlarının girişimcilikle birlikte genişleme göstermesi ve bu süreçte kazandıkları yeni sosyallikler onlar için bu değişimi çok daha değerli kılmıştır.

Girişimcilik faaliyetleri ile birlikte ekonomik bağımsızlık ve kişisel özerklik kazanan, hayalini gerçekleştirmenin verdiğı tatmin duygusunu yaşayan, hayatına bir çok yenilik katan, sosyal sınırlarını genişleten ve özgüvenli bir duruşla toplumsal alanda ben de varım diyebilen ve demek isteyen her kadın için girişimciliğın önemi her geçen gün artmaktadır. Ev hanımlarının girişimcilik süreçlerini ele alan bu çalışmada kadın girişimciliğının gerek toplumlar gerek kadınlar açısından arz ettiğı önemin farklı bir örneklemele ortaya konması bu anlamda gerekli bir çaba olarak görölmüşür.





EKLER

Ek-1: Görüşme Soruları

GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN VE GİRİŞİMCİ EV HANIMLARI: KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ

Görüşme Soruları ile Birlikte Ev Hanımlarının Girişimcilik Sürecine Yönelik Anlaşılması ve Açıklanması Planlanan Konu Başlıkları

Girişimci Olmaya Karar Verme Süreci
Girişimciliğe Yönelme Nedeni
Girişimin Kurulması Noktasında Alınan Destekler
Girişimcilik Sürecindeki Belirleyici Faktörler (eğitim, deneyim, yaş..vb) ve Bu Faktörlerin Girişimin Başarısı Üzerindeki Etkileri
Girişimin Kurulması ve İşletilmesi Noktasında Karşılaşılan Olumsuzluklar
Girişimcilik Sürecinde Karşılaşılan Olumsuzlukların Giderilmesi İçin İzlenilen Yol
Girişimcilik Faaliyetleri İle Ev Hanımlarının Yaşamlarında Meydana Gelen Ekonomik ve Sosyal Değişimler

1. İsim Soyisim:
2. Yaş:
3. Eğitim durumu:
4. Çocuk sayısı:
5. Girişimcilik faaliyetlerinizi gerçekleştirdiğiniz alan hakkında bilgi verir misiniz? Bu alanda faaliyet göstermek istemenizin özel bir nedeni var mı?
6. Girişimcilik faaliyetlerine başlangıç zamanınız nedir?
7. Sizi girişimciliğe yönlendiren unsurlardan bahseder misiniz? Girişimcilik faaliyetlerine başlamaya nasıl karar verdiniz?
8. Girişimcilik faaliyetlerine başlamadan önce herhangi bir iş deneyiminiz veya iş arayışınız oldu mu?
9. Faaliyet alanınıza yönelik bir eğitim alma durumunuz oldu mu? Olduysa bu artı durumlar, girişiminiz üzerinde nasıl bir etki yarattı?
10. Girişimcilik faaliyetlerinize başlamaya yönelik hazırlık sürecinizi anlatır mısınız? Bu noktada almış olduğunuz maddi ve manevi destek unsurlarından bahseder misiniz?
11. Girişimciliğe karar verme, girişimciliğe hazırlık ve girişimi işletme süresi boyunca sizi zorlayan durumlar neler oldu? Bu zorlukları aşmak için nasıl bir yol izlediniz?
12. Girişimcilik süreci ile birlikte aile yaşamınızda meydana gelen değişimlerden bahseder misiniz? Bu süreçte onların size karşı tutumları nasıl oldu ve ilişkilerinizde yaşanan değişimler nelerdi?
13. Girişimcilik sürecinin sağladığı ekonomik kazanç size ne gibi faydalar sağladı? İşletmeniz sayesinde elde ettiğiniz gelirin yaşamınızda yarattığı değişimlerden bahseder misiniz?
14. Toplumsal alanda kadın girişimci kimliği ile ön plana çıkmanın gündelik yaşamınıza yansımaları neler oldu? Girişimcilik faaliyetleri sizi sosyal açıdan nasıl etkiledi?
15. Girişimciliğe adım atmak isteyen ev hanımlarına verebileceğiniz tavsiyeleriniz var mı?

Ek-2: Toplantı Tutanağı



T. C.
KÜTAHYA DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve
Yayın Etiği Kurulu

TOPLANTI TUTANAĞI

Toplantı Tarihi: 02.06.2022

Toplantı Sayısı: 2022/06

GÜNDEM 38: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü'nün 01.06.2022 tarihli ve 113440 sayılı yazısı gereğince; Sosyoloji Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi Merve YÜKSEL'in "*Kadın Girişimciliği ve Girişimci Ev Hanımları: Kütahya İli Örneği*" başlıklı akademik çalışmasında kullanılmak üzere, uygulama, görüşme ve anket yapma talebinin etik açıdan uygunluğu üzerine görüşme.

KARAR 38: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü'nün 01.06.2022 tarihli ve 113440 sayılı yazısı gereğince; Sosyoloji Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi Merve YÜKSEL'in "*Kadın Girişimciliği ve Girişimci Ev Hanımları: Kütahya İli Örneği*" başlıklı akademik çalışmasında kullanılmak üzere, uygulama, görüşme ve anket yapma talebinin etik açıdan uygunluğu üzerine görüşüldü.

Yapılan görüşmeler ve değerlendirmeler sonucunda, çalışma kapsamında yapılacak olan uygulama, anket-görüşme sorularının ve ölçeklerin, gerekli izinlerin alınması kaydıyla, fikri, hukuki ve telif hakları bakımından sorumluluğu başvurucuya ait olmak üzere etik açıdan uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

KAYNAKÇA

- Ağca, V. (2005). Girişimcilik, girişimcilik yaklaşımları ve girişimsel süreç: Kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 149-168.
- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız girişimcilik ve iç girişimcilik arasındaki farklar: kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 155-173.
- Akdemir, A. (2000). *İşletme bilimine giriş*. Eskişehir: Birlik Ofset Yayıncılık.
- Aklar, N. (1993). *Türkiye'de kadın girişimciliğin desteklenmesi konusunda politikalar, Kadın girişimcilik*. Ankara: Tes-Ar.
- Aksoy, B., Koçancı, M., & Namal, M. K. (2019). Girişimcilik motivasyonu: Uygulamalı girişimcilik eğitimi katılımcıları örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26(1), 109-129.
- Aktaş, G. (2015). Kadın girişimcilerin sorunları, Kocaeli örneği. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 27(315), 32-37.
- Alpugan, O. (1998). Küçük işletmeler kavramı, kuruluşu ve yönetimi (3. Basım). Ankara: Özgün Matbaacılık.
- Altındal, M. (1994). *Osmanlıda kadın*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Altınışik, İ. ve Külen, C. (2020). Girişimcilik kültürü ve ekonomik büyüme ilişkisi: Teorik bir değerlendirme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 277-290.
- Altıparmak, A. (1998). Türkiye’de cumhuriyetin ilk yıllarında müteşebbis sınıfının gelişimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 65-80.
- Arıkan, C. (2013). *Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- , (2016). Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği. *Journal of Management and Economics Research*, 14(3), 138-156.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- , (2004). *Girişimcilik, temel kavramlar ve bazı güncel konular*, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel süreçte girişimcilik kavramı ve gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 55-72.
- Aşkın, E. Ö. ve Aşkın, U. (2019). İşgücü piyasasında enformel kadın işgücü: Ev eksenli çalışan kadınlara yönelik bir araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (Ek Sayı 1), 977-1001.
- Aycan, Z. (2001). Paternalizm: yönetim ve liderlik anlayışına ilişkin üç görgül çalışma. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 11-31.
- Aydınlık Ülgen, A. (2016). *Girişimcilik*. İstanbul Beta Yayınları.
- Ballı, E. ve Ballı, A. İ. K. (2014). Üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ve girişimcilik eğilimleri. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 101-121.
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294.
- , (2000). Psychological perspectives on entrepreneurship: Cognitive and social factors in entrepreneurs' success. *Current directions in Psychological Science*, 9(1), 15-18.
- Başar, M. (2005). *Girişimcilik ünite 1: Girişimcilik ve girişimcinin özellikleri*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- , (2013). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Başar, M., Tosunoğlu, B. T. ve Demirci, A. E. (2001). *Girişimcilik ve girişimcinin yol haritası: İş planı*. Eskişehir: Eskişehir Ticaret Odası Yayını.
- Bayrak, K. S. (2007). *Küçük ve orta ölçekli işletmeler ve kadın girişimciliği*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Bayraktaroğlu, S. ve Uluköy, M. (2014). A field research about oppression incurred of women entrepreneurs in patriarchal societies. *Yönetim Ekonomileri Araştırmaları Dergisi*, 24, 356-369.

- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93.
- Belikli Gödek, D. (1994). *Türkiye’de küçük girişimci profili ve OSTİM örneğinde küçük girişimcinin değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Berber, A. (2000). Girişimci ile yönetici profilinin karşılaştırılması ve girişimcilikten yöneticiliğe geçiş süreci. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(1), 23-44.
- Beybur, M. (2009). *Girişimcilik-Kobi ilişkisi bağlamında banka kredilerinin girişimcilik (Kobi) sektörü üzerindeki etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Bora, A. (2011, 13 Aralık). *Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık*. Erişim Adresi: <http://secbir.org/images/haber/2011/01/15-aksu-bora.pdf>.
- Bozkurt, Ö. (2009). *Yenilikçi bir faaliyet olarak iç girişimciliğin çalışanların iş tatmini üzerine etkisi: Sakarya ili imalat sanayi üzerine bir alan araştırması* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çalışır, G. ve Kılıçaslan, E. Ç. (2017). Toplumsal cinsiyet bağlamında kadın girişimcilik: TEB KOBİ TV. *Aydın İktisat Fakültesi Dergisi*, 2(1), 124-140.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 13– 39.
- Çetin C. (1996). *Yeniden yapılanma ve girişimcilik, küçük-orta boy işletmeler ve bunların özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Çoban, G. S. (2021). Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi kendini gerçekleştirme basamağında gizil yetenekler. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 6(1), 111 – 118.
- Çöğür, İ. (2016). İktisadi doktrinlerde geçmişten günümüze girişimciliğin önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 65-80.
- Coulter, M. & Robbins, P. S. (2003). *Management*. New Jersey: Prentice Hall.

- Danışık, Ş. (2001). *Türkiye’deki girişimci profili* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Demir, N. (2015). Türkiye’de girişimcilik ve kadın. *Anahtar Dergisi*, 315, 14-19.
- Demircioğlu, S. (2019). *Günümüz Türkiye’sinde “Ev hanımları” ve sorunları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün girişimciliğe etkileri. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-58.
- (2010). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin beyin baskınlık analizi ile değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 221-253.
- Döm, S. (2006). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durkheim, E. (1982, 23 November). *Rules of sociological method*. Retrieved from: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Rules_of_Sociological_Method.
- Durukan, T. (2006). Düünden bugüne girişimcilik ve 21. yüzyılda girişimciliğin önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37.
- Ecevit, Y. (1993). *Kadın girişimciliğinin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi: Kadın girişimciliğine özendirme ve destekleme paneli bildiriler ve tartışmalar*. Ankara: Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı: Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Erdem, Y. ve Yiğit, H. (2013). *Bacıyan-ı Rum’dan günümüze Türk kadınının iktisadi hayattaki yeri* (2. Basım). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Ersarı, P. (2015). *Kadın girişimcilerde girişimcilik özellikleri ve liderlik tarzlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- European Commission. (2006, 18 April). *Women’s entrepreneurship portal*. Redrived from: http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/craft-women/womenetr_portal.htm.
- Gartner, W. B. (1989). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47-68.

Gerber, M. E. (1996). *Girişimcilik tutkusu* (1. Basım). İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Girişimcilik kùltürü ders notları (I ve II). (2022, 7 Temmuz). Erişim Adresi: https://www.erbakan.edu.tr/storage/files/department/sosyalvebeseribilimler/FI%CC%87NAL%2017_18%20Gu%CC%88z%20NEU%CC%88_Giris%CC%A7imcilik%20Ku%CC%88ltu%CC%88ru%CC%88%20Ders%20Notlar%C4%B1%20.pdf.

Gökakın Z. Ö. (2000, 15 Mart). *Doksanlı yılların yeni kahramanları: Türkiye’de girişimci kadın profili*, Erişim Adresi: <http://iibf.erciyes.edu.tr/kutuphane/petas/petas.php?skip=0&keyword=ERC%C4%B0YES+%C3%9CN%C4%B0VERS%C4%B0TES%C4%B0+8.+ULUSAL+Y%C3%96NET%C4%B0M+VE+ORGAN%C4%B0ZASYON+KONGRES&type=6>

Gözek, S. (2006). *Girişimci adayının özellikleri, girişimcilik eğilimleri ve girişimci adaylarına sağlanan destekler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Gözek, S. ve Akbay, C. (2012). Girişimci adaylarının girişimcilik eğilimleri ve sorunları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 45-60.

Gültekin, E. (2018). *Kadın girişimciliği, kadın girişimciliğinin önündeki engeller ve gelişmeler; Türkiye örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Gümüşoğlu, ř. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel süreçte girişimcilik: Muğla örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 97-118.

Güner, F. (2013). *İç girişimciliğin, yenilik ve ekip yönetimi ile ilişkisi ve bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Güner, H. ve Korkmaz, A. (2011). İstihdamın arttırılmasında girişimciliğin önemi: Girişimcilik destekleme modeli olarak İşGEM’LER. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 2(1), 42-65.

Güney, S. (2008). *Girişimcilik, temel kavramlar ve bazı güncel konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). Kültürün girişimcilğe etkisi ve Türkiye’de girişimcilik kültürü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 189-210.
- Güran, T. (1991). *İktisat tarihi*. İstanbul: Acar Matbaacılık – Yayıncılık.
- Gürbüz, H. (2011, 10 Mart). *Girişimcilik eğilimini etkileyen psikolojik faktörlerin yapısal eşitlik modellemesi ile belirlenmesi*. Erişim Adresi: <https://www.kongreuzmani.com/3-uluslararası-emi-girişimcilik-ve-sosyal-bilimler-kongresi.html>.
- Güreşçi, E. (2014). Girişimcilik eğilimi üzerine bir araştırma: İspir Hamza Polat MYO örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 23-38.
- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye’de kadın girişimci ve küçük işletmesi: Fırsatlar, sorunlar, beklentiler ve öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- (2006). *Küresel Arena’da girişimci ve girişimcilik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Güven, B. ve Kaygın, E. (2015). *Girişimcilik: Temel kavramlar, girişimcilik türleri, girişimcilikte güncel konular*. İstanbul: Yazın Matbaa.
- Hancı, A. (2004). *Girişimcilikte cinsiyet faktörü ve kadın girişimcilik üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Hisrich, R. D. & Brush, C. G. (1989). *The Woman Entrepreneur. Starting, financing and managing a successful business*. U.S.A.: Lexington Books
- Hisrich, R. D. (1989). Women entrepreneurs: Problems and prescriptions for success in the future. In Hagan O., Rivchun C., Sexton D. (Eds.). *Women Owned Businesses*, (pp. 3-33), New York: Praeger.
- Hisrich, R. D., & Öztürk, S. A. (1999). Women entrepreneurs in a developing economy. *Journal of Management Development*, 18(2), 114–125.
- Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organization: do American theories apply abroad?. *Organizational Dynamics*, 9(1), 42-63.
- (1984). *Culture’s consequences: International differences in work related values*. Newburg: Park Sage Publications.

- , (2001). *Cultur's cosequences: Comparing values, behaviours, institutions and organizations across nations* (2nd ed. Sage). California: Sage Publications
- Holokost. (2022, 16 Eylül). *Anne frank ve demokratik değerler üzerine eğitimciler için örnek ders uygulamaları ders 2*. Erişim Adresi: https://www.sehak.org/wp-content/uploads/2020/02/SEHAK_Holokost-Kitap_web1.pdf.
- İlhan, S. (2003). Sosyo-ekonomik bir fenomen olarak girişimciliğin oluşumunu etkileyen başlıca faktörler. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 61-79.
- ILO. (2002, 20 April). *Decent work and the informal economy*. Redrived from: <https://www.ilo.org/public/english/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/rep-vi.pdf>.
- İlter, B. (2008). *Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: Kagider örneği* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- , (2010) *Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: Kagider örneği*. 1. Baskı, Ankara: Adalet Yayınevi.
- İnce, A., Çamlıbel, F. ve Birol, Y. (2016). KOSGEB girişimcilik eğitimine katılan kursiyerlerin girişimcilik kararını etkileyen sebepler üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1) 113-123.
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve yenilik bağlamında girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- İşgücü İstatistikleri*, (2022, 15 Ocak). Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2022-45644>.
- İşgücü İstatistikleri*. (2022, 13 Nisan). Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Agustos-2022-45654#:~:text=%C4%B0%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC%202022%20y%C4%B1%C4%B1%20A%C4%9Fustos%20ay%C4%B1nda,ise%20%35%2C1%20oldu>.
- Kadın girişimci buluşmaları*. (2022, 15 Eylül). Erişim Adresi: <https://www.garanti.bbva.com.tr/isim-icin/esnaf-ve-kobilere-ozel/kadin-girisimci-bulusmalari>.

- Kadın girişimciler kurulu.* (2022, 20 Mart). Erişim Adresi: <https://www.tobb.org.tr/TOBBKadinGirisimcilerKurulu/Sayfalar/Hakkimizda.php>.
- Kadın Girişimci Sayısı 142 Bin.* (2021, 10 Mart). Erişim Adresi: <https://www.milliyet.com.tr/gundem/kadin-girisimci-sayisi-142-bin-6161417#:~:text=Toplam%20kad%C4%B1n%20giri%C5%9Fimci%20say%C4%B1m%C4%B1z%20t%C3%BCm,bine%20ula%C5%9Ft%C4%B1%2C%20yani%20ikiye%20katlad%C4%B1k>.
- Kadın Yöneticiler Daha Başarılı Oluyor.* (2004, 15 Nisan). Erişim Adresi: <http://arsiv.sabah.com.tr/2004/05/23/gnd110.html>.
- KAGİDER 20. yılını özel bir davetle kutladı.* (2022, 15 Haziran). Erişim Adresi: <https://kagider.org.tr/basin-odasi/haberler/kagider-20-yilini-ozel-bir-davetle-kutladi>.
- Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, creativity & organization*, N.J.,: Prentice Hall.
- Kapı, H. (2001). *Orta ve Güneydoğu Anadolu'da yaşayan girişimci yöneticilerin yaşam ve girişimcilik değerleri* (Yayınlanmamış Doktora Tezi.) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaygın, E. ve Güven, B. (2015). *Girişimcilik: Temel kavramlar, girişimcilik türleri, girişimcilikte güncel konular*. İstanbul: Siyah İnci Akademi.
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 9(1), 71-94.
- Kınay, H. U. (1994). *Küçük yatırımlara başlama rehberi*. Ankara: Halk Bankası Yayınları.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kurtkan Bilgiseven, A. (1998). *Kadının ülke ekonomisindeki yeri teorik çerçeve ve Türkiye geneli bulguları*. İstanbul: Genç Sosyologlar Derneği Yayınları.
- Lambing, A. P., & Kuehl, C. (1997), *Entrepreneurship*. USA: Prentice-Hall.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- , (1969). The farther reaches of human nature. *Journal of Transpersonal Psychology*, 1(1), 1–9.

- McClelland, D. C. (1967). *The achieving society*. New York, NY, US: Free Press.
- Mies, M., Beenholdt-Thomsen, V. & Von Werlhof, C. (2008). *Son sömürge kadınlar*. (Y. Temurtürkan, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Morris, H. M., & Davis, D. L. (1994). Fostering corporate entrepreneurship: Cros cultural comparisons of the importance of individualism versus collectivism. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 65-89.
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve Kobi'ler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Müftüoğlu, T., Akbulut, Y. ve Özsoy, A. (1996). Türkiye'de girişimcilik tarihi. *Tosyöv Girişim Dergisi*, 8, 25-29.
- Narin, M., Marşap, A. ve Gürol, M. A. (2006). Global kadın girişimciliğinin maksimizasyonunu hedefleme: Uluslararası arenada örgütlenme ve ağ oluşturma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 65-78.
- Öğüt, A. (2006). Türkiye'de kadın girişimciliğin ve yöneticiliğin önündeki güçlükler: Cam tavan sendromu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 56-78.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Kılıç, T. (2007). Cam tavan sendromu ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmelerindeki engeller: Balıkesir ili örneği. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 117-135.
- Özbay, F. (1982). Ev kadınları. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 3(1), 209-223.
- Özdevecioğlu, M. Ve Çelik, C. (2001, 21 Ekim). Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin Nevşehir ilinde bir araştırma. Erişim Adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423880329.pdf>.
- Özdevecioğlu, M., Bulut, A., Tekçe, E., Çirli, Y., Gemici, T., Tozal, M. ve Doğan, Y. (2003). Kadın ve erkek yöneticilerin yönetimi altındaki personelin motivasyon, stres ve iş tatmini farklılıklarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 10(2), 125-138.
- Özen Kutanis, R. (2006), *Girişimci kadınlar*. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Özen, K. R. (2003, 22 Mayıs). *Girişimcilikte cinsiyet faktörü: Kadın girişimciler*. Erişim Adresi: [http://yonetimkongresi2015.mu.edu.tr/Belgeler/8/8/merged%20\(2\).pdf](http://yonetimkongresi2015.mu.edu.tr/Belgeler/8/8/merged%20(2).pdf)

- Özer, M. ve Biçerli, K. (2003). Türkiye’de kadın işgücünün panel veri analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 55-85.
- Özer, B. ve Biçerli, K. (2003), Türkiye’de kadın işgücünün panel veri analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 55-85.
- Özkaya, M. O. (2009). Kadın girişimcilere yönelik “strateji geliştirmede” yerel yönetimlerle işbirliği içinde olmak, mümkün mü?. *Journal of Management and Economics Research*, 7(11), 56-72.
- Öztürk, D. M. (2016). *Türkiye’de kadın girişimcilik: Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye’de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Sadykova, G., & Eleren, A. (2016). Girişimcilik eğilimi ile mutluluk algısı arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), 189-209.
- Saeki, N. O. (2001). A comparative study of creative thinking of American and Japanese college students. *Journal of Creative Behaviour*, 35(1), 25-36.
- Sassen, S. (2000). Women's Burden: Counter-geographies of globalization and the feminization of Survival. *Journal of International Affairs*, 53(2), 503-524.
- Sengupta, S. S. (2011). Growth in human motivation: Beyond Maslow. *Indian Journal of Industrial Relations*, 47(1), 102-116.
- Sinanoğlu Koç, E. (2005). *Kadın girişimciler kavramı ve serbest meslek mensubu kadın girişimcilere ilişkin konya ilinde uygulamalı bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Sipahi, E. (1997). *Türkiye’de girişimcilik ve kadın girişimciler üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sivil ve Ekolojik Haklar Derneği. (2019, 15 Eylül). Erişim Adresi: <https://www.sehak.org/wp-content/uploads/2019/12/Ders2-Ek4.pdf>.

- Soyak, M. (2006, 27 Mayıs). *Kadın girişimciliği ve mikro finans: Türkiye deneyimi*. Erişim Adresi: https://dep.manas.edu.kg/img/files/24/2. Girisimcilik_Kongresi.pdf
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(1), 83-114.
- Tan, S. ve Pazarcık, O. (1984). *Girişimciliğin uygulanması, Uluslararası Çalışma Örgütü Dünya İstihdam Raporu*. Ankara: Maya Matbaacılık.
- Tekin, M. (1999). *Girişimcilik* (2. Basım). Konya: Damla Ofset.
- (2005). *Girişimcilik*. Konya: Günay Yayıncılık.
- Tokgöz, E. (2001). *Türkiye'nin iktisadi gelişme tarihi (1914 – 2001)*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Tosun, K. (1990). *Yönetim ve işletme politikası* (1. Cilt). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını.
- Tosunoğlu T. (2003). *Girişimcilik ve Türkiye'nin ekonomik gelişme sürecinde girişimciliğin yeri* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir
- Tulan, D. ve Türko, E. S. (2018). Kadın girişimciliği: Erzurum ilinde bir uygulama. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 285-306.
- Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi Araştırma Raporu, Türk Tuborg A.Ş & KAGİDER*, (2019, 06 Eylül). Erişim Adresi: https://egirisim.com/wp-content/uploads/2019/10/Kad%C4%B1n_Girisimcilik_Endeksi_2019.pdf.
- Türkiyede Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırması*. (2022, 20 Ocak). Erişim Adresi: https://gender.khas.edu.tr/sites/gender.khas.edu.tr/files/inline-files/TTC_KAA2022-5.pdf.
- Tütek H. (1998). *Dünyada ve Türkiye'de kadın yöneticiler; Cam tavan deliniyor mu? Farklı cinslerin eşitliği*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Ubuz, M. (2019). *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin girişimcilik eğilimlerine etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Ufuk, H. ve Özgen, Ö. (2000), *Kadın girişimcilerin sosyo-kültürel ve ekonomik profili (Ankara örneği)* Ankara: Mavi Ofset.
- Ülgen, B., Aktaş, E. ve Aslan, E. H. (2017). Kadın girişimcilerin “güç mesafesi” ve “belirsizlikten kaçınma” kültürel boyutlarına ilişkin algılarının değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 1(1), 27-72.
- Vural, S. (2006). *Girişimci kişilik özellikleri ve Biga ilçesi girişimcilik profili araştırması (Dönem Projesi)*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Yalçın, S., & Kapu, H. (2008). Entrepreneurial dimensions in transitional economies: A review of relevant literature and the case of Kyrgyzstan. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(2), 185-203.
- Yetim, N. (2002). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği. *Ege Academic Review*, 2(2), 79-92.
- Yılmaz, S. (2018). Türkiye’de kadınların çalışma hayatındaki yeri ve sosyal güvenlik hukuku düzenlemeleri. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 2(2), 63-80.

DİZİN

-B-

Bağımsız, 10, 102
Başarı, 15, 16, 17, 28, 94

-C-

Cinsiyet, 51, 63, 75, 76, 77, 87, 89, 115,
117, 171

-E-

Eğitim, 5, 77, 89, 118, 132, 163
Ekonomi, 86, 90, 169
Erkek egemen, 91, 111, 115, 117, 122
Ev hanımları, 4, 85, 86, 87, 88, 90, 91,
94, 95, 96, 97, 98, 100, 104, 128,
129, 131, 137, 141, 142, 143, 145,
148, 149, 150, 151, 154, 155, 157,
158, 159, 160, 161, 166

-G-

Geleneksel, 51, 59, 60, 65, 75, 121, 122,
123
Gelişim, 29

-İ-

İstihdam, 31

İş gücü, 66, 87

-K-

Kadın girişimci, v, 56, 57, 59, 62, 63,
64, 71, 72, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81,
82, 83, 90, 105, 107, 108, 109, 110,
111, 114, 116, 117, 118, 122, 125,
126, 127, 128, 131, 156, 159, 165,
166, 167, 169, 170, 171
Kalkınma, 165, 167, 168, 169
Kişilik, 14, 15

-Ö-

Özgüven, 112

-P-

Pazar, 19, 72

-S-

Sektör, 135
Sermaye, 119, 145
Statü, 94

-T-

Toplumsal konum, v
Toplumsal Rol, 76, 113