



**T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİ OLMA
NEDENLERİ VE GİRİŞİMCİLİK ALGILARININ
SOSYO-DEMOGRAFIK DEĞİŞKENLER
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İZMİR
İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

**GÜL ÖZKAYA
ORCID NO: 0000-0002-1197-8712**

İZMİR-2020

T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

KADIN GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİ OLMA
NEDENLERİ VE GİRİŞİMCİLİK ALGILARININ
SOSYO-DEMOGRAFIK DEĞİŞKENLER
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İZMİR
İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Yüksek Lisans Tezi

GÜL ÖZKAYA
ORCID NO: 0000-0002-1197-8712

DANIŞMAN: DOÇ. DR. ZEHRA NURAY NİŞANCI

İZMİR- 2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenleri Ve Girişimcilik Algılarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açışından Değerlendirilmesi: İzmir İlinde Bir Araştırma” adlı çalışmanın; tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Gül ÖZKAYA



TS EN ISO
9001:2015

T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



TEZ SINAVI TUTANAK FORMU

Dok. No: FR/604/21

İlk Yayın Tar.: 03.10.2017

Rev. No/Tar.: 00/..

Sayfa 1 / 1

GÖNDEREN : İşletme Anabilim Dalı Başkanlığı
GÖNDERİLEN : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim Dalımız Yüksek Lisans Programı öğrencisi Gül ÖZKAYA ile ilgili Tez Sınav Tutanağı aşağıdadır.

Tarih:
Sayı :

İşletme Anabilim Dalı Başkanı

İmza

SINAV TUTANAĞI

Tez Sınav Jürimiz tarafından incelenen “Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Sosyo-demografik Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi: İzmir İlinde Bir Araştırma” başlıklı tezli yüksek lisans tezi ile ilgili olarak jürimiz 26.08.2020 tarihinde toplanmış ve adı geçen öğrenciyi Tez Sınavına tabi tutmuştur. Sınav sonucunda adayın tezi hakkında OYBİRLİĞİ/ÇOKLUĞU ile aşağıdaki karar verilmiştir.

KABUL

Kabul Edilen Tezli Yüksek Lisans tezi:

- i) Bilime yenilik getirmiştir
- ii) Yeni bir bilimsel yöntem geliştirmiştir
- iii) Bilinen bir yöntemi yeni bir alana uygulamıştır
- iv) Uygulama yapmıştır (sadece Yüksek Lisans'ta geçerlidir)

RED

DÜZELTME *

Tez Sınav Jürisi	Unvanı ve Adı Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	Doç. Dr. Zehra Nuray NİŞANCI	
Üye	Doç. Dr. Evrim MAYATÜRK AKYOL	
Üye	Doç. Dr. Aylin ÜNAL	
Üye		
Üye		

Eki : Tez Değerlendirme Formu (Her bir jüri için).

* Tez sınavında düzeltme kararı verilmesi halinde jüri tarafından öngörülen düzeltmelere ilişkin bir jüri raporu eklenmelidir. Düzeltmeler için Ek süre her defasında en fazla yüksek lisans öğrencileri için 3 ay, doktora öğrencileri için 6 aydır.

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KADIN GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ VE GİRİŞİMCİLİK ALGILARININ SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Gül ÖZKAYA

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Ülkelerin kalkınmasında ekonomik sistemi güçlendiren en önemli etkinliklerden birisi girişimciliktir. Gerçekleştirdikleri faaliyetler aracılığıyla toplum üyesi bireylerin ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma, sonucunda da toplumsal refaha dönüştüren girişimciler, girişimcilik faaliyetleri ile istihdam yaratmakta; bireylerin gelir seviyesini yükselterek refah düzeylerine ve genel olarak toplumun kalkınmışlık seviyesine katkıda bulunmaktadır. Bu süreçte aktif rol alan kadın girişimcilerin girişimciliğe ilişkin algılarının ve aynı zamanda girişimciliği teşvik edebilmek adına girişimci olma nedenlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Buradan hareketle araştırmanın amacı, kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ile girişimciliğe ilişkin algılarını ortaya koymaktır. Bu kapsamda girişimcilik ve kadın girişimciliği detaylı bir biçimde ele alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırma, İzmir İli kapsamında faaliyet gösteren kadın girişimcilere yönelik olarak gerçekleştirilmiş; 408 kadın girişimciye ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; kadın girişimciler, kendilerini “çalışkan ve dürüst” olarak tanımlamakta; ruh hallerini “huzurlu ve hırslı” olarak belirtmektedirler. Katılımcıların neredeyse tümü, başarılı girişimcileri örnek aldığını ve işinden memnun olduğunu ifade etmektedir. Kadın girişimcilerin temel girişimci olma nedenlerinin başında, “ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmek” gelmektedir. Kadın girişimciler girişimciliği yenilik ve değişimlere açık olmak; dürüst ve güvenilir olmak ile ilişkilendirmektedirler. Medeni durumlarına göre kadın girişimcilerin girişimci

olma nedenleri ve girişimcilik algıları arasında farklılık bulunmaktadır. Evli girişimcilerin girişimcilik nedenleri daha pozitif değere sahipken; bekâr girişimcilerin girişimcilik algılarının daha pozitif düzeyde olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin hem kendileri hem de başkaları için iş alanı açmaya katkıda buldukları ve istihdam oluşturmada önemli roller üstlendikleri söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Girişimcilik Algısı, Girişimci Olma Nedeni, Kadın Girişimciliği

ABSTRACT

Master's Thesis

THE REASONS OF WOMEN ENTREPRENEURS AND THE EVALUATION OF THE PERCEPTIONS OF ENTREPRENEURSHIP IN TERMS OF SOCIO- DEMOGRAPHIC VARIABLES: A RESEARCH IN IZMIR

Gül ÖZKAYA

İzmir Kâtip Çelebi University

Graduate School of Social Sciences

Department of Business Administration Programme

One of the most important activities that strengthen the economic system in the development of countries is entrepreneurship. Identifying the needs of members of the society through the activities they carry out and transforming this into investment, and consequently social welfare, entrepreneurs create employment with their entrepreneurial activities; By increasing the income level of individuals, they contribute to the welfare level and the development level of the society in general. It is important to determine the perceptions of women entrepreneurs who take an active role in this process, as well as the reasons for becoming an entrepreneur in order to encourage entrepreneurship. Based on this, the aim of the research is to reveal the reasons women entrepreneurs are entrepreneurs and their perceptions about entrepreneurship. In this context, entrepreneurship and women entrepreneurship are discussed in detail. Questionnaire was used as data collection tool in the study. The research was conducted for women entrepreneurs operating within the province of İzmir; 408 women entrepreneurs were reached. According to the findings obtained from the research; women entrepreneurs describe themselves as "hardworking and honest" and describe their mood as "peaceful and ambitious". Almost all of the participants state that they take successful entrepreneurs as an example and are satisfied with their work. One of the main reasons why women entrepreneurs become entrepreneurs is "economic benefit and high

earning.” Women entrepreneurs associate entrepreneurship with being open to innovations and changes, being honest and trustworthy. While the entrepreneurship reasons of married entrepreneurs have more positive values, it can be seen that the entrepreneurship perceptions of single entrepreneurs are at a more positive level. It can be said that women entrepreneurs contribute to opening a business for themselves and others and play an important role in creating employment.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneurship Perception, Reasons for Being Entrepreneurs, Women Entrepreneurship

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	ii
TEZ SINAVI TUTANAK FORMU.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ	xii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiv
ÖNSÖZ.....	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TEMEL KAVRAMLAR

1.1.GİRİŞİM.....	3
1.2.GİRİŞİMCİ	3
1.2.1.Girişimcilerin Özellikleri.....	4
1.2.2. Girişimcilerin Kalkınmadaki Önemi.....	6
1.3.GİRİŞİMCİLİK.....	8
1.4.TARİHSEL SÜREÇTE GİRİŞİMCİLİK	10
1.4.1. Dünya’da Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	10
1.4.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	15
1.5. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	17
1.5.1. Sosyal Faktörler.....	17
1.5.1.1. Aile.....	17

1.5.1.2. Kültür.....	18
1.5.1.3. İnanç.....	18
1.5.1.4 Rol Modeller.....	19
1.5.2 Demografik Özellikler.....	19
1.5.2.1 Cinsiyet.....	19
1.5.2.2 Yaş.....	20
1.5.2.3 Eğitim.....	21
1.5.2.4 Gelir.....	21
1.5.2.5 İş Tecrübesi.....	22
1.5.3.Çevresel Faktörler.....	23
1.6.GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER.....	23
1.6.1 Ekonomik Yapı.....	23
1.6.2 Sosyo-Kültürel Yapı.....	24
1.6.3 İdari ve Siyasi Yapı.....	24
1.7. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI.....	25
1.7.1.Girişimciliğin Avantajları.....	25
1.7.2.Girişimciliğin Dezavantajları.....	26
1.8.GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIĞIN NEDENLERİ.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR

2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE KADIN GİRİŞİMCİLER	30
2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ.....	36
2.3. KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ	38

2.4.KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR.....	40
2.4. 1.Eğitim Düzeyinin Düşük Olması.....	40
2.4.2. Zaman Darlığı.....	41
2.4. 3.Sermaye Eksikliği.....	41
2.4.4.Basmakalıp Yargılar.....	42
2.4.5.Toplumun Geleneksel İnanç ve Baskısı.....	42
2.4.6.Cinsiyete Dayalı Rol Ayrımcılığı.....	43
2.4.7.Cinsel ve Duygusal Taciz.....	43
2.4.8.Cam Tavan Engeli.....	44
2.4.9. Rol Çatışması.....	44
2.4.10.Sosyal Pozisyon ve İletişim Eksikliği	44
2.4.11.Yasalardan Kaynaklanan Engeller.....	45
2.4.12. Örgüt İklimi ve Kültürü.....	46
2.4.13.Liderlik.....	46
2.4.14.Bütüncül Bakışın Sağlanamaması ve Örgütlenememe.....	47
2.4.15.Kurumsal Çeşitlilik ve Koordinasyon Zorlukları.....	47
2.4.16.Politika Geliştirme ve Uygulama ile İlgili Engeller.....	48
2.5.TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ	48

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İZMİR’DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ VE GİRİŞİMCİLİK ALGILARINI BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	51
3.2.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	52

3.3.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....	53
3.4.VERİLERİN ANALİZİVE BULGULAR.....	54
3.4.1.Araştırmanın Demografik bulguları.....	55
3.4.2.Güvenirlik Analizi.....	60
3.4.3.Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından Faktörlere Yönelik Bulgular.....	67
3.4.4.Hipotez Sonuçları.....	88
SONUÇ.....	89
KAYNAKÇA.....	95
EKLER.....	114
Ek 1 Anket.....	115

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Kadın ve Erkek Girişimcilerin Özelliklerinin Karşılaştırması.....	33
Tablo 2: Türkiye , Global Girişimcilik İzleme Raporu.....	49
Tablo 3: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Frekans Dağılımları.....	55
Tablo 4: Kadın Girişimcilerin Eğitim Gruplarına Göre Frekans Dağılımları.....	55
Tablo 5: Kadın Girişimcilerin Kendilerini En İyi Tanımlayan Sözcüğe Göre Frekans Dağılımları.....	56
Tablo6: Kadın Girişimcilerin Kendilerinin Ruh Haline Göre Frekans Dağılımları	56
Tablo 7: Kadın Girişimcilerin Annelerinin Mesleklerine Göre Frekans Dağılımları.....	57
Tablo 8: Kadın Girişimcilerin Babalarının Mesleklerine Göre Frekans Dağılımları.....	57
Tablo 9: Kadın Girişimcilerin Sosyal Hayata Ayırdıkları Zamana Göre Frekans Dağılımları.....	58
Tablo 10 : Kadın Girişimcilerin Başarılı Girişimcileri Örnek Almalarına Göre Frekans Dağılımları.....	58
Tablo 11: Kadın Girişimcilerin İşinden Memnuniyet Durumlarına Göre Frekans Dağılımları.....	59
Tablo.12: Kadın Girişimcilerin Yanlarında Çalıştırdıkları Çalışan Sayısına Göre Frekans Dağılımları.....	59
Tablo.13 Kadın Girişimcilerin Yanlarında Çalıştırdıkları Çalışan Sayı Aralığına Göre Frekans Dağılımları.....	60
Tablo 14: Faktör Analizi ve Tanımlayıcı İstatistikler	61
Tablo 15: KMO andBarlett's Test.....	63
Tablo 16: Ölçeğin Normallik Testi Sonuçları.....	64
Tablo 17: Aritmetik Ortalamaları Yorumlamada Seçenekler İçin Kullanılan Sayısal Aralık Sınırları.....	64
Tablo 18: Kadın Girişimcilerin Görüşlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	65
Tablo 19: Kadın Girişimcilerin Cinsiyetlerine Göre Girişimci Olma Nedeni ve Girişimciliğe Dair	

Algılarına İlişkin T-Testi Sonuçları.....	67
Tablo 20: Kadın Girişimcilerin Başarılı Girişimcileri Örnek Alma Durumlarına Göre t-Testi Sonuçları.....	68
Tablo 21: Kadın Girişimcilerin İşlerinden Memnun Olma Durumlarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarına Dairt-Testi Sonuçları.....	69
Tablo 22: Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyi Gruplarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	70
Tablo 23 Kadın Girişimcilerin Kendilerini En İyi Tanımladığını Düşündükleri Kelimeye Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	72
Tablo 24: Kadın Girişimcilerin Ruh Hallerine Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	74
Tablo 25: Kadın Girişimcilerin Anne Mesleklerine Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	76
Tablo 26: Kadın Girişimcilerin Baba Mesleklerine Göre İşletme Kurma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	79
Tablo 27: Kadın Girişimcilerin Sosyal Aktivitelere Zaman Ayırma Durumlarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	81
Tablo 28: Kadın Girişimcilerin Doğum Yıllarına (Yaşlarına) Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	83
Tablo 29: Kadın Girişimcilerin Yanlarında Çalıştırdıkları Çalışan Sayısına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	86
Tablo 30: Araştırma Hipotez Sonuçları.....	88

KISALTMALAR LİSTESİ

- AB** : Avrupa Birliği
- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- GEM** : Küresel Girişimcilik Platformu
- KAGİDER** : Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
- KSSGM** : Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü
- NECI** : Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi
- TOBB** : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

ÖNSÖZ

Geçmişten beri çalışarak üreten erkeğin yanında kadınların da çalışarak toplumların gelişmesine ve uygarlıkların yayılmasına katkıda buldukları bilinmektedir. Yani kadınlar da ekonomik hayatın bir parçası konumundadırlar. Kadınların çalışma yaşamında yer almaları toplumsal süreçte yaşanan bir takım olayların sonucudur. Kadın girişimciler, ekonomik kalkınmaya ve toplumsal ilerlemeye katkıda buldukları için toplumda önemli bir rol oynamaktadırlar.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, değerli bilgilerini benimle paylaşan, kendisine ne zaman danışsam bana kıymetli zamanını ayırıp sabırla ve büyük bir ilgiyle bana faydalı olabilmek için elinden gelenin fazlasını sunan her sorun yaşadığımda yanına çekinmeden gidebildiğim, güler yüzünü ve samimiyetini benden esirgemeyen ve gelecekteki hayatımda da bana verdiği değerli bilgilerden faydalanacağımı düşündüğüm sorumluluklarını hakkıyla yerine getiren kıymetli hocam Doç. Dr. Zehra Nuray Nişancı'ya teşekkürü bir borç biliyor ve şükranlarımı sunuyorum. Ders aşamasının tüm sürecinde yardımlarını hiç esirgemeyen, her konuda yanımda olan değerli hocam Doç. Dr. Evrim Mayatürk Akyol'a çok teşekkür ederim. Yine yaşamımda bana sürekli yardımda bulunarak yol gösteren ve gelecekteki hayatında özel eğitimdeki güzel yüreklere daha çok dokunacağına inandığım ve bu yolda farkındalığımı artıran kıymetli Dr. Hatice Tezer Asan'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Teşekkürlerin az kalacağı diğer üniversite hocalarımdan da bana lisans ve yüksek lisans süresince kazandırdıkları her şey için ve beni gelecekte söz sahibi yapacak bilgilerle donattıkları için hepsine teker teker teşekkürlerimi sunuyorum. Beni bu günlere sevgi ve saygı kelimelerinin anlamlarını bilecek şekilde yetiştirerek getiren canım annem ve babama, bana her zaman o minik yüreğiyle sevgisini gösteren bazen benimle birlikte uykusuz kalan bu hayattaki en büyük şansım olan oğlum Yiğit Enes Özkaya'ya, aileme ve bu dönemlerde yanımda olan dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

GİRİŞ

Günümüz dünyası, hızlı gelişim ve değişimlerin yaşandığı; bu değişim ve gelişmelerin sosyal yaşamın her alanına, her kurumuna ve her birimine son hızla temas ettiği bir dönüşüm arenasıdır. Sosyal yaşam içerisinde hayatını sürdürmeye yönelik olarak insanlar, belirli amaçları gerçekleştirmek üzere sürekli birliktelikler oluşturmaktadırlar. Günümüzde tüm insanlığı çepeçevre saran özel, kamu ve karma yapılanmalar şeklindeki organizasyonlar, varlıklarını devam ettirebilmek için sağlıklı ve başarılı işleyen sistemlere/kurumlara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu kurumların başında ve diğer tüm sosyal oluşumların hayatta kalmasının da ön koşullarından biri olan ekonomik sistemler/kurumlar, bugün hem bireyler hem de sosyal yapılanmalar için büyük öneme sahiptir.

Ülkelerin günümüz teknolojisinin, sanayisinin gerisinde kalmaması, vatandaşlarına refah yaşam koşulları sunması, gelişip ilerleyebilmesi için güçlü ekonomik sistemlere ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaç da ancak sağlıklı bir şekilde işleyen ve üretimde bulunan ekonomik işletmelerle ve bu işletmeleri başarılı bir şekilde var edip çalıştıran girişimcilerle mümkün olabilmektedir.

Pek çok ülkede ekonomik kazanç sağlayabilmek ve üretim çarkının içinde başarılı bir şekilde yer alabilmek için mücadele veren işletmelerin, devlet yönetimleri tarafından da teşvik edildiğini görmek mümkündür. Global düzeyde güçlü bir iktisadi yapılanmaya sahip olmak isteyen ülkeler, vatandaşlarının girişimciliğini ve işletmeler aracılığıyla üretim çarkına katkı koymalarını talep de etmektedirler.

Uzun yıllar boyunca erkeklerin iktisadi yapılanmalar başta olmak üzere sosyal arenada daha yüksek oranda var oldukları bir dünyadan, sanayileşme ile birlikte kadınların da aktif olarak çalışma alanına entegre oldukları bir dünyaya doğru geçiş yaşanmıştır. Günümüzde gelişmiş ülkeler başta olmak üzere

dünyanın genelinde kadınların da erkeklerle birlikte çalışma sahasında daha yoğun bir şekilde yer aldıklarını ve bu oranın da gittikçe arttığını söylemek mümkündür.

Özel çalışma sahası olarak kendi işini kurma ve sürdürme hususunda kadınların girişimci olarak iktisadi sahada yer almaları, Türkiye’de yakın zamanda gelişmeye başlayan, ancak hızla yükselme eğiliminde olan bir durumdur. Bu çalışmada, Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği konularına odaklanılarak kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ile girişimciliğe ilişkin algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma, kavramsal ve uygulamalı bir araştırmadır. Kavramsal kısım, literatürden yararlanarak hazırlanmış ve uygulama kısmında veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Üç bölümden oluşan çalışmada, birinci bölümde girişim, girişimcilik; ikinci bölümde kadın girişimciliği teorik olarak ele alınmıştır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ile girişimciliğe ilişkin algılarını belirlemeye yönelik uygulanan anket verilerinin analizi ise son bölümde yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TEMEL KAVRAMLAR

Bu bölümde girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları detaylı bir biçimde ele alınmıştır.

1.1.GİRİŞİM

Girişimcilik kavramından söz etmeden önce girişim kavramını tanımlamak gerekir. Girişim, insanların ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmet üretmek amacıyla girişimci tarafından oluşturulan organizasyonlardır (Şimşek, 1998:29). Girişim, girişimcilerin bir işletme kurmak için gösterdikleri çaba ve her türlü zorluğa katlanma durumudur (Küçük, 2017:33). Girişim kavramı hangi açıdan ele alınırsa alınsın, girişimcinin temel amacı kâr elde ederek topluma hizmet verip yarar sağlamaktır (Alpugan, 1996:15).

1.2. GİRİŞİMCİ

Cantillon, 1700'lü yıllarda, girişimciyi, işletme (Kilby, 1971) için, rasyonel bir karar verici olarak risk ve yönetimi üstlenen kişi olarak nitelendirmiş (Girard, 1962) ve henüz belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlamıştır. Cantillon burada girişimcinin risk alma vasfını öne çıkarmıştır (İraz, 2005:149-150).

Genel anlamıyla girişimci kavramı, gereksinimleri karşılamak amacı ile iktisadi mal ve hizmet üretiminin gerçekleştirilebilmesi için üretim faktörlerinin bir araya gelmesini sağlayan kişidir (Tekin, 1998:1; Karalar 2001:13;Tekin, 2005:2). Klasik anlamına bakıldığında ise girişimci, bir

işletmenin faaliyetleri sonucunda karşılaşılabilecek riski, bu risklerin sorumluluğunu ve örgüt yönetimini üstlenen kişi olarak kabul edilmektedir (Yıldırım,2000:27-28). Ancak bilgi toplumuyla birlikte, girişimci kavramı tekrar tanımlanarak; yenilik üreten, risk alan, fırsat yakalayan ve bunları hayata geçiren kişi olarak kabul edilmiştir. Sonuç olarak, girişimci kavramının değişen tanımındaki belirleyici kavram ‘yenilik’ kavramı olmuştur (Küçük,2017:29-31).

Girişimcinin kim olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan tanımlarda, ufak farklılıklar olmasına rağmen, tüm tanımlarda vurgulanan ortak noktalar bulunmaktadır. Bunlar, “yenilik yapma, risk alma, üretim faktörlerini bir araya getirme ve kazanç sağlama” unsurlarıdır (Hisrich ve Peters, 1998:9). Yenilikçi olmak, girişimci olma sürecinin önemli bir fonksiyonudur (Kuratko ve Hodgets, 1998: 122). İşyeri kurma veya iş geliştirme alanında yer alan yenilik getirebilme, ölçülebilir olma ve uyum sağlama faaliyetlerine bakıldığında, yenilik getirebilme kavramı ayrı bir öneme sahiptir (Gerber, 1997:123). Girişimcinin, yeniliğin başlamasını sağlayan konumda bulunması onun aynı zamanda yeniliklerin sürdürülebilmesi ve geliştirilebilmesi için de uygun bir konumda bulunduğunu belirtebilir.

Girişimciler, mal veya hizmet meydana getiren, üretim yaparak kâr amacı ile risk almaktan kaçınmayan, kaynak ve yeteneklerini organize ederek, bireysel, sosyal ve ekonomik çerçevede farklı değerler yaratma cesareti gösteren kişilerdir (Aykan, 2002:4; Tosunoğlu, 2003:4; Top, 2006:6). Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Peters (2001)’e göre girişimci; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük imkân oluşturacak şekilde bir araya getiren kişidir (Aytaç, 2006:141).

1.2.1. Girişimcilerin Özellikleri

Bir girişimcide bulunması gereken bazı özellikler vardır. Birçok çalışmada girişimci özelliklerinden bahsedilmesine rağmen genel kabul gören bir özellikler listesi bulmak zordur (Casson, 1995 ve Swedberg, 2000; Akt. Tüsiad, 2002:37). Ancak yapılan ampirik araştırmalarda birbirini destekleyen bir takım sonuçlar vardır. Bu çalışmalarda elde edilen verilere göre üzerinde

genellikle hemfikir olunan bazı girişimci özellikleri şöyle sıralanabilir (Bozkurt ve Alparıslan, 2013:10-11; Bozkurt vd. 2012:232-233; Döm, 2008:5; Küçük, 2017:51; Demir, 2015:102-105);

- Risk alma
- Kendine güven, azimli olma
- Başarma ihtiyacı, güvenirlilik
- Yenilikçi
- Yaratıcı
- İyi iletişim kuma
- Problemleri kolaylıkla çözmeye, dayanıklılık, enerjik olma
- Duygusal zekâ
- Zaman değerlendirmesini iyi yapma
- Yaşam kaliteli kullanma
- Kararlarında ısrarcı olma, fırsatlara odaklanmış, içsel kontrol ihtiyacı, belirsizliğe karşı tolerans olarak sıralanabilir.

Bir girişimcinin sahip olması gereken en önemli özellik girişimcilik ruhuna sahip olabilmektir. Herhangi bir bireyin girişimcilik ruhunun bulunması, katma değer yaratan faaliyetleri ve zenginlik yaratma misyonunu beraberinde getirir. Aynı zamanda bu misyonları üstlenerek karşısına çıkan fırsatları sermayeye çevirmesi de girişimcinin sahip olduğu en önemli özelliklerden birisi olarak ifade edilebilir. Girişimcilik ruhu genellikle genetik olarak var olmakla birlikte aileden gelebilir, çevreden edinilebilir, eğitim sayesinde olabilir ya da bireyin sahip olduğu gelir seviyesi gibi unsurlara dayanabilir (Davidoff, 2009:234).

İnsanlar genellikle kendi işlerini kurmak ve o işin patronu olabilmek ya da yaptıkları işle ilgili kararlarda doğrudan söz hakkına sahip olmak isterler. Aynı zamanda işlerden kâr edebilmek ve bununla beraber başarıya, güce sahip olmak için girişimciliği tercih ederler. Tüm bunların yanı sıra rakiplerinden daha iyi işler ortaya koyarak yeni bir girişimde bulunmak, bir iş kurarak kendi işlerinden sorumlu olmak da, girişimcilerin en temel özellikleri arasındadır. Başarıyı çok yüksek seviyelerde hisseden bireyler kendi davranışlarının getirdiği sonuçlara katlanabilir ve karşılaştıkları sorunları çözebilir.

konusunda diğ er bireylerden daha başarılı olabilmektedir (Stevenson, 1986:34).

Bir girişimin başarılı ya da başarısız olma durumu, girişimcinin gerekli özellikleri taşıyıp taşıyamamasıyla doğ rudan alakalıdır. Başarılı girişimcilerin olmazsa olmaz ortak özellikleri incelenirse eğer, bunların en temelde sorumluluğ a dayandığı göze çarpmaktadır. Sonrasında risk alabilen bir yapı, dinamik bir düşünce şekli ve yeniliğ e kolay adapte olabilmek girişimciliğ in en temel nitelikleri arasındadır. Bu düşünce yapısına sahip olamayan bireylerin ise iyi bir girişimci olamayacağı en başından söylenebilir (Tekin, 2009: 17).

Başarılı bir iş kurma süreci zorlu bir süreç olmakla birlikte, girişimci her şeyden önce girişimci olmak için istekli olmalıdır. Tek başına istekli olmak yeterli olmamakla birlikte, birey özgüvene sahip olmalı, hedefleri konusunda motivasyonunu yüksek tutmalı, gerçekçi olmalı, başarıya ve mücadele isteğ ine sahip olmalı, mantıklı riskler almalı, karşılaşacağı yeni fikirlere açık olmalı ayrıca yaratıcılık ve yenilikçilik gibi niteliklere de sahip olmalıdır. Bu özellikler girişimci adayının sahip olması gereken niteliklerin başında gelmektedir. Bu niteliklerin yanında; başkalarının deneyimlerinden yararlanma, iyi araştırma yapma ve çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma konularında da kendini geliştirebilmelidir. Birey sahip olduğu özellikleri işlevsel kılabilmesi, bu özellikleri yaşama geçirmeyi bilmelidir. Girişimcilikte başarısız olabilme tehlikesinin yüksek olması bireylerin motivasyonunu kırabilir. Ancak bireylerin bu korkularını yenmesi, kendilerine hedef koymaları ve bu hedef için yapılması gerekenleri adım adım takip etmelidir. Ancak bu şekilde başarılı bir girişimde bulunabilirler (Arıkan, 2005: 95-96).

1.2.2. Girişimcilerin Kalkınmadaki Önemi

Girişimciler, refah ve yeni işlere öncülük yapanlar olarak yeni ürün ya da hizmetlerin öncüleri olarak toplumun ve ekonominin sorgusuz ekonomik kalkınmadaki en önemli kişileridir (Cohoon vd, 2010:3).Küresel Girişimcilik Platformu (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2013)'e göre Ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınması, o ülkede girişimcilerin yaptıkları faaliyetlere bağlıdır. Çünkü girişimciler yeni işler yaratır, birçok yeni ürün ve servis sağlar,

rekabeti artırır, teknolojik değişim sayesinde verimliliği artırır ve bireylerin hayatlarına pozitif yönde etki etkilerler. Yalçıntaş (2015)'a göre girişimci, ekonomik kaynakları, en verimli sahalara yönelterek üretim kaynaklarını, ortaya koyduğu yeni tarzlarla birleştirerek üretimin faktörlerine dönüştürmektedir. İraz (2015)'e göre bundan dolayı girişimciler yaşadıkları topluma karşı önemli misyonlar üstlenirler ve üstlendikleri misyonlar onları toplumsal ve ekonomik kalkınma için önemli kılar (Önce vd.2014:3).

Girişimci yeni fikirlerin yaratılmasını sağlayarak üretim faktörlerinin kullanımını sağlar. Yeni endüstrilerin açığa çıkmasına vesile olarak ekonomik gelişmeyi hızlandırır (Ödemiş, 2018: 18). Küresel Girişimcilik Platformu (GEM) kuruluşunun raporuna göre, bir bölgedeki ekonomik performans ve refahın % 70'i o bölgedeki girişimci sayısı ile ilişkilidir (Karagöz, 2016:265). Bir ülkenin gelişebilmesi, o ülkenin giderek değişen dünya koşullarına ayak uydurabilmesi ve ekonomik gelişmeye yarar sağlayacak başarılı girişimcilerinin olmasına bağlıdır. Bir girişimcinin değeri kazandığı parayla değil, ülkenin ekonomisine sağladığı katkılarla ölçülmektedir (Durukan, 2006: 29).

Birçok yapılan araştırmada girişimcilerin önemli kişiler olduğu unsuru ekonomiye sağladıkları gelişme ve ekonomik kalkınmaya sağladıkları katkılarla vurgulanan bir husustur. Girişimciler, işletmede ve toplumda bir değişimi başlatarak gelişim göstermektedir. Bu değişimle birlikte büyüme ve üretim de artış meydana gelir. Bu değişim ve gelişmeyi kolaylaştıran kilit unsur yenilikçiliktir. Yenilikçilik; hem pazar için yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesini sağlamakta, hem de kurulması hedeflenen yeni işletmelere yatırım ilgisini aşılacaktır. Girişimcilerin yaptıkları etkinlikler ekonomik büyüme ve kalkınmanın temel yapısıdır. Yenilik ve yaratıcılığın kaynağıdır, menfaatlerin maksimum düzeye çıkarması demektir, bu aynı zamanda toplumsal menfaatlerin de maksimizasyonu anlamı taşımaktadır. Girişimci bir yandan kendi menfaati için çalışırken, bir yandan da toplumun menfaati hizmet etmektedir (Öztürk, 2017 ve Yıldız(2017) akt. Özdil vd.2016:139).

Girişimcinin kalkınmadaki önemine en büyük katkı Schumpeter tarafından yapılmıştır. Avusturyalı iktisatçıya göre, ekonomik gelişmenin,

kalkınmanın temelinde yenilik vardır ve her buluş yenilik anlamı taşımaz. Bir buluşun yenilik olabilmesi için hayata geçirilmiş olması gerekir ve bunu sağlayan kişi girişimcidir. Yine Schumpeter'e göre, yenilikler olmazsa, ekonomik yaşam, durgun denge halinde kalacak, dairesel akımlar her yıl aynı kanallarda ve aynı büyüklükte devam edecektir. Bu durumda kar ve faiz ortadan kalkacak ve servet birikimi duracaktır. Girişimci, kâr elde etmek için yenilik yaratacak ve bu statik durumu ekonomik kalkınmanın dinamik sürecine dönüştürecektir (Kinay,2006:28).

Girişimciler, ekonomik kalkınmayı arttırarak fırsatları gerçekleştirmeye yardımcı olmaktadır. Girişimciler, ekonomik kalkınmaya yönelik bir yol gösterici olarak rol üstlenerek; istihdam sağlanmasına, yeni iş ortamları oluşturulmasına, kişilerin yaşam koşullarını iyileştirmesine katkı sağlamaktadır. Buradan da anlaşılacağı gibi girişimcinin ekonomi kalkınmadaki önemi ve payı ülke ekonomisi, toplum ve işletmeler açısından büyük öneme sahiptir.

1.3.GİRİŞİMCİLİK

Günümüze kadar girişimcilik (entepreneur) konusuyla ilgili literatürde çok çeşitli tanımlar yer almaktadır. Girişimcilik kavramı, Fransızca “entreprendre” ve Almancadaki “Unternehmen” sözcüklerinden hareketle geliştirilmiştir (Şimşek, 2008:116). Fransızcada “entreprendre”, üstlenmek, teşebbüs etmek, macera yaşamak ve el ile denemek anlamına gelmektedir (Nişancı, 2015:7-8). Girişimcilik kavramı ekonomik yazında ilk kez 1755’lerde Fransız asıllı İrlandalı Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. İngiliz literatüründe ise John Stuart Mill ile 19. Yüzyılda görülmektedir. (Çetindamar, 2002:33). Girişimcilik kavramının tanımında literatürde ortak bir konsensus sağlandığı söylenemez (Döm, 2008:1).

Girişimcilik teorisine muhtemelen en önemli katkı, Joseph Aloise Schumpeter tarafından yapılmıştır. Schumpeter, “*The Theory of Economic Development*” (1912) adlı kitabında girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlamıştır (Aidis, 2003:4). Girişimcilik kavramı risk ve belirsizlik şartları

altında kazanç sağlayarak ve büyümeyi hedeflemek amacıyla yenilikçi bir ekonomik örgütün oluşturulmasıdır (Dollinger, 1999:4).

Girişimcilik kavramı küresel boyutta öneme sahip bir kavramdır ve Dünya üzerindeki ülkelerde girişimcilik faaliyetleri yürütmektedir. Girişimcilik, dünyada iktisat ve sosyal tarih alanlarında karşı karşıya gelinen en etkili ekonomik güçlerden biri olarak son yirmi yıldan bu yana tartışılmaktadır (Kuratko, 2005:577). Yaklaşık olarak iki yüzyıl önce girişimcilik kavramı Say'ın icadıyla kullanılmıştır (Durucker,1985:26). Girişimcilik, bir zihniyettir, inançtır, hırstır, başarıya azmi ve kararlılığıdır (Karasar,1989:10). Girişimcilik; yenilik üretebilme, risk alabilme, fırsatları görebilme ve bu fırsatları uygulamaya geçirebilme faaliyetlerinin tamamı olarak ifade edilebilmektedir (Karasioğlu ve Duman, 2006:149; Dilsiz ve Kölük, 2008:3; Arıkan, 2004:50).

Başar (2004), girişimcilik ile ilgili yapılan bir çalışmada 1982-1992 yılları arasında literatürde yer alan girişimci ve girişimcikle ilgili 77tanımda en az beş defa yer verilen15 anahtar kelime tespit etmiştir (Erdoğan, 2007:20).

- Başlatma, bulma, yaratma
- Yeni işletme
- Yenilik, yeni ürünler, yeni Pazar,
- Fırsatların peşinden koşma,
- Risk alma, risk yönetimi, belirsizlik
- Kâr arzusu, kişisel fayda
- Üretim yolları ve kaynaklar,
- Yönetim,
- Değer yaratma,
- Büyüme arzusu,
- Girişim,
- Değişim yaratma,
- Sahiplik,
- Sorumluluk/yetki,
- Strateji oluşturma

Üretim faktörlerini bir araya getirerek aktifleştirme, fırsatlardan yararlanma ve bu süreçte risk alarak bir kazanç ve katma değer yaratma girişimcilik faaliyetlerinin ve girişimcinin olmazsa olmazlarından.

1.4.TARİHSEL SÜREÇTE GİRİŞİMCİLİK

1.4.1. Dünya’da Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimciliğin gelişimi tarihsel süreç içerisinde Sanayi Devrimi öncesi ve Sanayi Devrimi sonrası olarak iki dönemde incelenebilir. Sanayi Devrimi’nin en önemli özelliklerinden biri, girişimcilik kavramının iktisadi alanda önemini fark edilmiş olmasıdır (Çakmak, 2003:62-63). Sanayi Devrimi öncesi dönemde girişimci kelimesi yer almazken, bu dönemde girişimcilere tüccar denmekteydi. Aslında bakılırsa tüccar kavramı insanlık tarihi kadar eski olmasına rağmen, takas döneminde artmaya başlamış, gerçek anlamıyla tüccarlar paranın bulunmasından sonra ortaya çıkmıştır. 7.yüzyıl itibariyle paranın kullanılması ve zamanla yaygınlaşması ticari faaliyetlerin uluslararası düzeye ulaşması Sanayi Devrimi’nin önünü açmıştır (Blanchard ve Waghorn, 1996:141).

Orta Çağ Dönemi’nde Batının yaşadığı karanlık dönem, Roma İmparatorluğunun izlerinin silinmesi için uğraşılan dönem olarak nitelendirilebilmektedir. Bu süreçte Avrupa’da yapılan en önemli çalışma, ailelerin kendi içlerinde korumaya çalıştıkları iktisadi malların, piyasaya çıkartılmasını bunun sonucunda da bireylerin iktisadi alanda bu malların daha iyi nasıl değerlendirebileceklerini düşüncelerini sağlamak olmuştur (Tezel, 1994:11). Bu değerlendirmenin sağlanabilmesi için atılan en önemli adım ise “özel mülkiyet” kurumunun kurulmasıdır. Bu kurumla birlikte iktisadi mallar bu kurum tarafından korunmaya başlanmış, kilise döneminin ortak mal kavramı ortadan kalkmıştır. Ülke içi yapılan ticaret, sermaye birikimini sağlayabilmek için yeterli düzeyde kazanç sağlama konusunda yeterli boyutta gelir sağlamamaktadır. Ticaretin uluslararası düzeye ulaşabilmesi için özellikle sanayi alanında gelişme yaşanması ve fazla üretimle birlikte, dış ticaretin yaygınlaşmasının sağlanması gereklidir. Bu artış hem ülke ekonomisinin

gelişmesine olanak sağlayacak hem de üretim değerini arttıracaktır (Deane, 1994:46).

Bu dönemde yapılan ticari faaliyetler ve tüccarların faaliyetleri şöyle özetlenebilir (See, 2000:25-36);

- Tüccarların uzmanlaştıkları bir alan mevcut değildi. Her çeşit iktisadi malı alıp satarlardı.
- Tüccarların sınırlandırılmış pazar alanları mevcut değildi. Ulaşabildikleri her yere satış yapabiliyorlardı.
- Tüccarlar, üretimde fazlası olan yerden ürünü alıp, o ürüne ihtiyacı olan yere götürürlerdi. Yani aracı durumundaydılar.
- 15.yüzyıla kadar tüccarlar deniz ulaşımı yeterli gelişim seviyesine gelmediği için karayolunu kullanarak ticaret yaparlardı. Yoldaki risklere karşılık toplu şekillerde seyahat ederlerdi.
- Bankacılık ağı mevcut olmadığı için tüccarlar fuar mektupları ve poliçeleri kullanmaktaydı.

Feodal yapıda bir dönem olmasına rağmen Orta Çağ'da tüccarlar yaptıkları girişimlerle birlikte yaşadıkları zor döneme rağmen birçok girişimcilik faaliyetinde bulunmuşlardır. Bu dönemde ticareti yapılan ürünler; tarım ürünleri ve aletleri, yün ve ipek gibi dokuma sektöründe kullanılan ürünler, tütün, baharat, şeker gibi egzotik ürünler ve lüks tüketime yönelik mallardır. Girişimcilik alanında bu dönemde yapılan en önemli faaliyetlerden bir diğeri ise tüccarların istihdam alanları sağlamış olmalarıdır. İstihdam alanları açısından en önemli faaliyet kolu dokumacılık olmuştur (Güran, 1997:95-97).

Tüm ticari zorluklara rağmen “Yakın Doğu”, Orta Çağ'da Batılı tüccarların öncelikli hedefi konumundaydı (Heyd, 2000:3). Çünkü Yakın Doğu ülkeleri kar marjı açısından önemli potansiyel taşımaktaydı. Özellikle 1.Haçlı Seferleri sonrasında Doğu'nun mallarıyla yakın temasa geçilmişti. Baharat ve fildişi gibi önemli malların ticareti Hindistan'dan, giyim endüstrisinde sıkça kullanılan ipeğe Çin'den getirilmekteydi. Bunların dışındaysa mücevherlerde kullanılmakta olan kıymetli madenler İran ve Hindistan'dan, şeker ve pamuk ise Suriye ve Kıbrıs'tan tedarik edilmekteydi. Kısaca Orta Çağ'da yapılan

ticaretin temeli Doğu'da bulunan ve doğal üstünlüğü olan ürünler üzerinden yapılmaktaydı. Lüks tüketim ya da üretimi destekleyici ürünlerin ticareti günümüzde de devam etmektedir. Hatta günümüzde çoğu Doğu ülkesinin ana geçim kaynağı petrol ve doğalgaz gibi doğal kaynaklardır (Heyd, 2000:3-4).

Orta Çağ'da yaşanan girişimcilik anlayışı ve bu girişimcilik anlayışının getirdiği ekonomik refah, tüccarları siyasi ve hukuksal anlamda çok daha üstün konuma getirmiş, onları söz sahibi yapmıştır. Siyasi anlamda ellerinde gücü barındıran kiliseler, baronlar ve loncaların egemenliği zayıflamaya başlamış, bunun sonucu olarak yerel yönetimler güç kaybı yaşamıştır. Yerel yönetimler gücünü krallıkların güçlenmesinin getirdiği merkezi yönetime bırakmaya başlamıştır (Yalçın, 1991:143).

18. yüzyıla gelindiğinde dünyada çok büyük değişim içine girilmiştir. Bu durumun başlangıcı İngiltere'de yaşanmış olup "Sanayi Devrimi" olarak adlandırılmıştır. Beşeri gücün yerini makineler almaya başlamış ve insanların refahının maddi anlamdaki araçları olan sınaî ürünler de hızlı bir şekilde artmıştır. Kapitalizm gelişme çağına girmiş, şehirleşme başlamış ve şehirlerde yaşanan fakirlik ile servet birikimi bir arada görülmeye başlamıştır. Üretim biçiminde yaşanan değişim ekonomik düşünceleri de etkilemiştir(Üstüsel, 1994:88-89).Sanayi Devrimi sürecinin başlamasına en önemli katkı sağlayan durumlardan biriye bazı hükümetlerin bu girişimci ve gelişmeye yönelik tutumu desteklemesidir.

Deane (1994), Sanayi Devrimi'nin girişimciliğe olan etkisini şöyle özetlemiştir (Çakmak, 2003:73).

- Geleneksel üretimin yerini sanayileşmeye bırakması, iş ilişkilerinin aile ve akrabalık ilişkileri sınırından çıkıp, ortak olma ve çıkar ilişkisine dönüşmesine neden olmuştur.
- Ekonomik düzeydeki faaliyetler uluslararası düzeye ulaşmıştır.
- Kırdan kente göç başlamış ve bunun sonucunda şehirleşme artmıştır.
- İşgücü, temel mal üretiminden mamul ve hizmete kaymıştır.
- Sermayeye sahip olma, toprak ürünleri dışında üretim gibi nedenlerle yeni sosyal sınıflar ortaya çıkmıştır.
- Sermaye kaynakları üretim sürecinde etkin olarak kullanılmaya başlamıştır.

- Sermaye birikimi sayesinde, modern bilim alanında daha çok çalışma yapılabilmiş ve teknik düzeydeki icatlar hız kazanmıştır.

Ayrıca bunların dışında, lonca sistemi sona ermiş, ticari düzeydeki sözleşmeler sona ermiş, müsadere gibi hukuki yaptırımlar son bulmuş; özel mülkiyet alanlarının genişlemesi, girişimci olmayı desteklemiştir (Çakmak, 2003:73).

Sanayi Devrimi, Batı’da toplumsal düzende önemli değişikliklere ev sahipliği yapmıştır. Girişimcilerden oluşan yeni bir sosyal sınıf ortaya çıkmış, bu sınıf sanayideki gelişmelerle birlikte burjuva sınıfı adını almıştır (Rosenberg ve Birdzel, 1992:54). Burjuva sınıfının İngiltere’de ortaya çıkışı ülkede iç karışıklığa neden olmuş, bu ayaklanmaysa İngiltere’nin Dünya ekonomisi üzerinde etkisinin düşüşe geçmesine neden olmuştur. Bunun sonucundaysa ABD’ye doğru önemli bir göç dalgası oluşmuştur (Longlois, 2000:30).

Klasik iktisat düşüncesinin hâkimiyeti ve bu teorinin daha önce ortaya koyulan teorilerin tersine kişiye ve kişinin geliştirmiş olduğu bireyselliğe daha fazla önem vermiş, bireylerin eylemlerini sınırlamakta olan devlete yönelik çok az görev addetmiştir. Bazı sosyal ve iktisadi düzenlerde bireyler istedikleri işi yapabilmek, istedikleri zaman o iş sahasından ayrılmak, sermayelerini istedikleri üretim alanına yatırabilmek konusunda tam anlamlı bir serbestliğe sahip olmuştur. Bu duruma iktisatta “teşebbüs serbestisi” denilmektedir. Bu şekildeki bir rejimde girişimciler istedikleri iş alanına girebildikleri gibi, istedikleri üretim şeklini seçip istedikleri yeniliği yapabilirlerdi. Klasik iktisat teorisi olarak adlandırılan ve yapılan eleştirilere rağmen egemen olan iktisadi düşünce, 19. yüzyılın ortalarına gelene kadar girişimci güçlere karşı ya da kurulan pazarlara karşı herhangi bir müdahaleye izin verilmemesine dair bir görüş oluşturmuştur. Bunun en temel sebebi devlet müdahalesine karşı bir düşünce olmasıdır. Özel girişim kavramı da klasik teori ile birlikte önemini artırmıştır (Kılıçbay, 1974:8- 9). Boone ve Kurtz(2013), sanayileşme devrimi sonrasında girişimci birey yeni özellikler elde etmiş ve kendini geliştirmeye başlamıştır. Bu değişimler aynı zamanda girişimci bireylerin ekonomik varlığını güçlendirmiş ve toplum içindeki duruşlarını sağlamlaştırmış; ayrıca

girişimci üretim faktörü olarak kabul görmeye başlamıştır (Küçük, 2005:32-337; Şimşek, 1998:20; Marangoz,2013:21).

Tarihi süreç ile ilgili bir değerlendirme yapıldığı zaman girişimcinin ve girişimciliğin 1930 senesiyle başlayan ve bu yıllarda oldukça artan ekonomik bunalım ile 2. Dünya Savaşı'nda meydana gelen sonuçlardan önemli ölçüde etkilendiği söylenebilir (Marangoz,2016:8). 1929 yılında yaşanan kriz, temelde Amerika'ya ve Amerika sebebiyle borsanın çökmesine sebep olarak yorumlansa da yaşanan krizin ölçüsü incelendiğinde “büyük dünya bunalımı” olarak adlandırılması gerektiği açıkça ortadadır. Bahsi geçen dönemde şirketlerin büyümesi yavaşlamış ve insanlara yönelik sosyal güvenceleri önemseyen devlet yapısı ön planda yer almıştır. Kamunun ekonomide daha etkin bir şekilde aktif olması ve buna bağlı olarak da devlet harcamalarının artması, beraberinde devlet yapısında merkeziyetçiliğe yol açmıştır. Bu durumda eşzamanlı olarak şirket yapısında merkezciliği doğurmuştur. Bu dönemde “devlet ne kadar fazla ise, toplum yaşamı daha iyidir” görüşü egemendir (Aytaç, 1999:28). Refah devlet uygulaması 1960'lı yılların sonuna kadar varlığını önemli düzeyde hissettirmiştir, ekonomiyi ve büyük işletmeleri öne çıkartmıştır. Ancak 1970 yılında birinci ve ikinci petrol şokuyla birlikte yaşanmış olan sorunlar şirket yönetimlerinde merkezi olmayan yapıları gündeme getirmiş ve aynı zamanda Keynesci politikaların öne çıkmasıyla birlikte problemlerin asla çözüme ulaşamayacağı anlaşılmıştır. Mevcut durumda bulunan sistem, üretimde meydana gelen zorluklarla beraber işlevini kaybetmiştir. Bu kapsamda yaşanmış olan gelişmelerle birlikte, bilimde yaşanan gelişmeler, enformatik devrimler, bilişim teknolojisinin hızlanması, gibi olaylar yeniden yapılanmayı mümkün hale getirmiştir. Dünya ekonomisinin aktifleşmesini sağlayan bu yenilikler toplumsal yapıyı değiştirdiği gibi işletme yapısını da farklılaştırmıştır. Katılımcı demokrasi anlayışı, organizasyon yapısı içinde de birtakım değişikliklerin oluşmasına yol açmıştır (Aytaç,1999:27-28).

1.4.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Türkler, Orta Asya’dan Anadolu’ya göç ederek yerleşik hayata geçmeye başlamalarından sonra ticarete yönelmiş ve zanaatkârlık alanında oldukça ilerlemişlerdir (McKay, 2001:148). Osmanlı İmparatorluğu dönemine gelindiğinde ise ticaretten uzaklaşıp, tarım, hayvancılık, askerlik gibi iş kollarına yöneldikleri görülmektedir. Osmanlılardan başlayan bu süreçte ticari hayattan uzaklaşan Türk toplumu, ilerleyen dönemlerde ticari kültürün altyapısını oluşturma bakımından gelişmeye başlamıştır. Türkler Osmanlı’nın kurulmasından sonra gerçek anlamda ekonomik faaliyetlere 2. Meşrutiyet’ten sonra yönelmişlerdir (Arslan, 2002:3; Müftüoğlu vd.1996:25).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde ticaret, Rum, Yahudi ve Ermeniler tarafından yapılırken, Türkler tarım ve hayvancılık, askerlik, ulemalık, bürokratik gibi işlere yönelmişlerdir. Türk toplumu bu süreçte yaklaşık yedi-sekiz nesli kapsayacak çok uzun süre boyunca ticaretin dışında kalmış ve Türk kültüründe Sosyo-kültürel ve etik yönden arzu edilen düzeyde bir ticari altyapı ve ticaret kültürü oluşturulamamıştır. Ancak imparatorluğun son dönemlerinde “Müslüman ve Türk ticaret adamı oluşturma” konusunda önemli çabalar gösterilmiştir (Yalçın, 1991:148;Durukan,2006:27-28).Bu çabaların Osmanlı İmparatorluğunun sona ermesiyle birlikte kurulmuş olan yeni Türkiye Cumhuriyeti’nde önem kazanarak yeni cumhuriyetin ekonomik alandaki stratejilerinden biri olmuştur. Hatta cumhuriyet kurulduktan dokuz ay önce, 1923 Şubat ayında İzmir’de toplanmakta olan İktisat Kongresi’nde alınan ilke kararlardan biri de, “Türk Müslüman ve Türk Ticaret Adamı Oluşturma” konusundadır. Yeni cumhuriyetin bu politikası 1930’lu yıllara kadar sürdürülmektedir (Durukan: 2007:27; Tekin, 2005:25; Arıkan, 2004:14-15).

Cumhuriyetin ilanı ve Türkiye’nin kuruluşuyla girişimcilerin sayısının artırılması ve girişimciliğin özendirilmesi politikası devlet eliyle yapılmıştır. Ülkemizde girişimcilik alanında 1980 yılı itibariyle önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bu gelişmenin yaşanmasında, 24 Ocak 1980 tarihinde alınan kararlarla yürürlüğe giren ekonomik alanda gelişme konusunda yapılan

stratejik anlamda değişiklik fazlasıyla önemlidir. Türkiye 24 Ocak 1980 tarihinde alınan kararlarla, ithal ürün ikamesine yönelik olan kalkınma stratejisini bırakarak, serbest piyasa ekonomisi önceliğinde ihracat yapılmasına yönelik kalkınma stratejisine geçilmesi yönünde karar alınmıştır. Stratejik alanda yapılan bu değişikle birlikte, serbest piyasa ekonomi sisteminde ve bu sistemin içerisindeki en önemli halkalardan biri olan girişimcileri ve özellikle de ihracat yapmaya yönelik girişimcileri desteklemeyi hedefleyen politikalar devreye girmiştir. Ancak 1980 itibariyle pek çok ani ve çelişen kararlar alınması sonucunda belirsizlik ortamı doğmuştur. Bu süreçte girişimcilerin önlerini görebilmeleri, plan yapabilmeleri, kararsızlık dolayısıyla imkânsız hale gelmiştir. Ani politika değişikliklerinin en çok görüldüğü alanlar vergi sistemi ve dış ticaret rejimidir (Arıkan, 2004:17).

1990'lı yıllara gelindiğinde ise, devlet ekonomi içinde çok fazla yer almış, belirsizlik ortamı devam etmiştir. Ancak, tüm negatif faktörlere rağmen, Türkiye'de girişimcilik alanında hızla artış görülmüştür. Ülkemizin Gümrük Birliği'ne katılmasıyla beraber girişimciler devamlılık sağlayabilmenin yollarını aramaya başlamıştır. Uluslararası piyasada rekabet edebilmek amacıyla yabancı dil öğrenmeye başlayan, dış pazarda satış yapabilmek amacıyla yeterli bilgiye sahip olması gerektiğini bilen girişimci tipi ortaya çıkmıştır (Müftüoğlu, 1996:60- 61). 1994 yılında yaşanan ekonomik krizi Türk girişimci başarılı bir şekilde atlatmıştır. Bu pozitif sonuç öncelikle ihracat alanında etkisini göstermiştir. 1996 yılı itibariyle uygulamaya geçen Gümrük Birliği sonucunda yaşanması beklenen kötümser tablolar gerçekleşmemiştir (Arıkan, 2004:17).

21. yüzyılla birlikte bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler; girişimcinin ve girişimciliğın ekonomik değerini arttırmıştır (Ödemiş, 2018:17). Bunun bir sonucu olarak kişiye ve kişisel yeteneğe dayalı girişimcilik ön plana çıkmış ve bireyin entelektüel üretkenlik yeteneği ön plana çıkmıştır (Aşkın vd,2011:70).

1.5.GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Girişimciliği etkileyen faktörleri sosyal faktörler, demografik faktörler ve çevresel faktörler olarak üçe ayırmak mümkündür.

1.5.1. Sosyal Faktörler

Girişimciliği etkileyen sosyal faktörler, aile, kültür, inanç ve rol model gibi faktörlerden oluşmaktadır. Bu faktörler aşağıda açıklanacaktır.

1.5.1.1. Aile

Aile belli bir toplumsal düzenin ve kültürün parçası olmaktadır. Aile içinde bulunduğumuz toplumsal düzene göre ekonomik faaliyetlerin az ya da çok bir arada yer aldığı toplumsal bir kurumdur (Güler ve Ulutak, 1992:52-53). Aile kurumu bir toplumun en küçük sosyal birimidir. Dolayısıyla güçlü bir toplum yapısı için aile kurumu çok önemlidir. Bireyin kişilik gelişimi ailede başlamaktadır. Aile yapısı, çocuğun temel kişilik özelliklerini oluşturur. Özellikle okul öncesi süreçte aile yaşamı, bireyin kimlik oluşumu için önem taşımaktadır. Bireyin kendine güven duygusunu oluşturabilmesi için sağlam bir öz kimlik duygusuna ihtiyacı vardır. Bireyin sağlam öz kimlik oluşturabilmesi içinse dengeli, samimi, saygı duyulan, güvenilen ve sorumluluk verilen bir aile yapısında yetişmesi gerekmektedir (Dam, 2008:79). Bir çocuğun üretken olması için teşvik edilmesi, girişimci olabilmesi adına olumlu etkiler oluşturabilecektir (Bozkurt, 2011:21).

Aileler çocuğun kişiliğini rol model olma ve aile desteği olarak iki yönden etkilemektedir. Rol modele göre, ailesinde girişimci olan bireyin girişimci olma ihtimali yükselmektedir. Çünkü ailede alınan eğitim tüm hayatı boyunca bireyi etkilemektedir (Şimşek vd,2008:57-58). Aile, kişilerin doğduğu andan başlayıp yetişkinlik çağına gelinceye kadar psikolojik, sosyal ve ekonomik açıdan destekleyerek etkilemektedir. Dolayısıyla destekleri olmaksızın girişimcinin gelişim döneminin alt yapısı olan aile girişimci kişilik özelliklerinde belirleyici bir faktördür (Kaya, 2019:31).

1.5.1.2. Kültür

Kültür, bir toplumda yaşayan bireylerin davranışları ve kişilikleri üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Girişimciliğin kültürden etkilenmemesi olasılığı bulunmamaktadır. Çünkü girişimciler içinde yaşadıkları toplumda yer alan kültürün alt kültürlerinden etkilenerek kişiliklerini oluşturmaktadır (Demirel ve Tikici, 2004:54). Risk alma, yenilik başlatma gibi kavramlar girişimciliğin temel yapı taşlarını oluştururken kimi toplumlarda bu özellikleri taşımak gayet doğal karşılanmakta, kimi toplumlardaysa popüler olmayan özellikler olarak değerlendirilmektedir (Özdemir, 2012:93).

Pillis (1998)'e göre girişimcilik üzerinde önemli bir etkisi bulunan yüksek başarı güdüsü de kültürler arası farklılıktan etkilenen bir unsurdur. Yüksek başarı güdüsüne sahip olan kültürlerde başarı tutkusu yatay yayılım göstermektedir ve toplum, başarı duygusunu özümseyen bir sosyal yapıya sahiptir (Aytaç ve İlhan, 2007:111). Bu toplumlarda girişimcilik olgusu desteklenirken, toplumcu yapıya sahip kültürlerde bireysel başarıların önüne toplumsal başarılar geçtiği için girişimcilik daha geri planda kalmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2000:102).

1.5.1.3. İnanç

Dinsel değerlerin girişimci davranışa yol açtığını ilk MaxWeber ifade etmiştir. Max Weber'e göre Protestan ahlakı girişimciliği teşvik etmektedir. Çünkü Protestan kültürünün temel ilkeleri olan zevklerin ertelenmesi, tutumluluk, çalışkanlık ve çilecilik aynı zamanda başarılı girişimciliğin temelini oluşturmaktadır. Dolayısıyla Osmanlı İmparatorluğu'nda Müslümanların iktisadi hayata girmemelerini veya dahil olmamalarını sadece İslam dinine dayanarak açıklama yapmak eksik olacaktır(Buğra'dan akt.Güney ve Çetin, 2003:198; Arıkan, 2004:27).Bunu desteklemek amacıyla Yasin (1996) tarafından Filistinli Müslüman ve Yahudi girişimciler üzerine yapılan bir araştırmada, başarıya ihtiyacına yönelik olarak iki grup girişimci arasında fark bulunamamış ve bu durum ortak kültürel değerlerin dini değerlerden daha iyi bir belirleyici olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Güney vd. 2007:71).

İslam'ın ekonomik kalkınmayı ve girişimciliği etkileme biçimi konusunda bilim adamları arasında fikir birliği yoktur. Bazıları, İslam'ın girişimciliği caydırdığını, bazıları da teşvik ettiğini iddia etmektedir. Aslında İslam, bireylere, toplumlara ve tüm ekonomilere katkıda bulunan girişimcilik ekosisteminin gelişmesine elverişli bir değer sistemi yerleştirmektedir (Mebroui ve Mosbah, 2020:466). Girişimcilik, İslam kültürünün bir parçasıdır; Hz. Muhammed (SAV) ve arkadaşları bunun örnekleridir (Vargas-Hernández vd. 2010:120). İslam, rızkın 9/10'u ticarettendir diyerek gerçekten de bireyi girişimciliğe yönlendirmekte ve motive etmektedir.

1.5.1.4 Rol Modeller

Rol modeller girişimci bireylerin kariyerine etkisi olan önemli unsurlardan biridir. Bireyin rol modelleri; aile, kardeş veya diğer başarıya ulaşmış akrabalar hatta ulusal alanda çalışmakta olan diğer girişimciler olabilmektedir. Bireylerin rol modelleri, işe başlama süreçlerinde ve başladıktan sonra bireylere bir çeşit destek sistemi oluşturmaktadır (Dündar ve Ağça,2007:130). Bireylerin kendilerine örnek aldıkları rol modeller; işletme alanında girişimcilikle uğraşan kişilerin tutum ve davranışlarını büyük ölçüde etkiler. Bireylerin olay ve olası bir durumda gösterdikleri davranışlar, yatırım yaparken üstlendikleri risk düzeyi gibi unsurlarda örnek aldıkları rol modellere paralel olarak şekillenmektedir (Kaygın ve Güven, 2015:42).

1.5.2 Demografik Faktörler

Girişimciliği etkileyen demografik faktörler aşağıda açıklanmıştır.

1.5.2.1 Cinsiyet

Cinsiyet temel bir statüyü ifade etmektedir. Cinsiyet tüm toplumlarda önemli bir anlama sahiptir (Sullivan, 2003:224). Kadınlar, genelde eş ve anne gibi toplumsal cinsiyetleri ile ele alınırken erkekler ise meslek unvanları gibi rolleriyle tanımlanırlar (Payene, 1997:255). Cinsiyet ayrımcılığı sosyal bir sorun olarak görülüp ve genel olarak kadınlara yönelik olan bir ayrımcılık

şeklinde karşımıza çıkmaktadır(Demirbilek, 2007:13). Kadın ve erkekler girişimcilik alanında eğilim, isteklendirme, çalışma şekli, sahip oldukları işletme büyüklükleri ve başarıları açısından kayda değer değişiklikler göstermektedir. Bu değişiklik temelde, kadınların sahip oldukları bireysel özelliklerden, fırsatlara ulaşabilmedeki olanaksızlıklardan kaynaklanmakta ve kadınların erkeklere göre daha az girişimciliğe yöneliyor olmalarına sebep olmaktadır (Coulter,2003:36). Kadınlar sermaye bulma konusunda kendilerine fon sağlayan kişiler yönüyle ayrımcı davranışlara maruz kalabilmekte ya da bu şekilde tutumların olabileceğini düşünerek formel sermaye bulma yollarını tercih etmeyebilmektedirler. Bireylerin cinsiyetinin farklı oluşu özellikle sahip oldukları eğilimleri etkilemektedir. Bu durum da bireylerin algısını köklü olarak değiştirebilmekte ve girişimcilik eğilimlerini bilişsel anlamda etkileyebilmektedir (Carter vd. 2004:15-19).

Toplumların cinsiyete ilişkin önyargı ve algıları, onların cinsiyete yüklediği anlamları da belirlemektedir. Bundan dolayı Kadın girişimciliği, artık özel bir ilgi alanı olarak görülmektedir.

1.5.2.2 Yaş

Girişimci bireylerin yaşları yaptıkları işlerde başarı durumlarını etkilemektedir. Örneğin gençlerin risk almaları yaşlılara göre çok yüksek düzeyde olabilmektedir. Fakat yaş ortalamaları 55 ve üstü olan bireylerin girişimcilik durumunda bulunmadığı anlamına da gelmez. Uzun yaşam sonucu emeklilikten sonra da girişimcilik var olabilmektedir (Aydınlık, 2017: 19). Bireylerin bazı şeyleri başarabilmeleri için uygun yaş aralıkları bulunmaktadır. Örneğin kariyer gibi bir alanda başarı için orta yaş dönemi daha uygunken, sosyalleşme ve çevre edinme gibi bir yönde gençlik dönemi daha uygundur (Cantor, 2003: 54-55).

Yaşı ilerlemeye başlayan biri kişinin girişim kurma arzusunda azalma meydana gelir. Zaman insanlar yaşlandıkça daha çok değer kazanır. Kişiler yeni bir iş kurarken ilerlemenin zaman alacağı konulara karşı istekleri azalır. İnsanların yaşı ilerledikçe sabit maaşlı bir işi yeni bir girişimcilik sürecine tercih etmektedirler. Levesgue ve Minniti (2006) de yapmış oldukları bir

çalışmada kişilerin yaşı ilerledikçe girişimde bulunma sürecinden kaçındıklarını ifade etmişlerdir. Yeni bir girişimde bulunmak, belirsizliklerle dolu olduğundan yatırım yaparken geri dönüşün ne zaman olacağı belirsizdir (Levesgue ve Minniti'den akt: Ayar, 2019:57).

1.5.2.3 Eğitim

Eğitim, ekonomik ve sosyal kalkınma sürecinin temel belirleyicisidir, öncelikle kişilerin bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirici etkileri sebebiyle temel olarak beşeri sermaye ile ilişkilendirilmektedir (Durkaya ve Hüsnüoğlu,2018:52).

Girişime başlarken karşılaşılan sorunların üstesinden gelebilmek için eğitim çok önemlidir. Bir girişimci için resmi eğitimin zorunlu olmamasına rağmen işte başarılı olup sürekliliği sağlamak için eğitim gerekli bir unsurdur. Kadın ve erkek girişimcilerin, yönetim, planlama, finans ve pazarlama alanlarında eğitime ihtiyaçları bulunmaktadır. Bununla birlikte girişimcilerin iletişim becerilerine de sahip olmaları oldukça önemlidir (Bozkurt, 2007:95-96). İyi bir eğitim almış girişimciler, girişimci altyapısı yönünden daha güçlü olup, korku ve endişelerini kontrol altına alabilmektedirler (Küçük,2013:66) .

Geçtiğimiz 20 yıl girişimci adayları için eğitim fırsatlarında büyük miktarlarda artış meydana gelmiştir. Lisans, yüksek lisans eğitimleri ve staj imkânları ile girişimciliğe büyük yer verilmiştir. Yapılan bir araştırmaya göre, girişimcilik lisans eğitimi veya girişimcilik dersi almış öğrencilerin, kendi işlerini kurma ya da başkalarına iş kurmada destek olma ihtimalleri üç kat fazladır (Henricks, Akt.Boone ve Kurtz, 2013:192).

1.5.2.4 Gelir

Basu ve Virick(2008)'e göre girişimci kişiler bir ülkenin ekonomik büyümesinde ve istihdam yaratmasında önemli bir rolde bulunmaktadır (Tong vd,2011:487). İstihdam edilen kadınların sayısının az olması, kadın işgücü kalitesinin daha düşük olması ve kadınların uzun süreli istihdam yerine kısa süreli ve çok sık iş değiştirmesinin nedenlerinin başında, kadınlara erkeklere

göre daha düşük ücretli işlerin verilmesi gelmektedir (Kocacık ve Gökkaya, 2005:211).

Özer ve Biçerli(2003)'e göre evi geçindirme sorumluluğunun birinci derecede erkeğin yükümlülüğü olduğu kanaati nedeniyle, kadınların yaptıkları iş ve aldıkları ücret, yedek işgücü ve ücreti olarak düşünülmektedir. 24 Ülkemizde 5518 sayılı Kanun ile 1950'lerden bu yana "eşit işe eşit ücret" uygulaması zorunlu olmasına rağmen uygulamada; beceri, kıdem, liyakat vb. gibi hususlar öne sürülerek kadınlara farklı ücretler verilmektedir (Özer ve Biçerli,2003:69).

1.5.2.5 İş Tecrübesi

Tecrübe, bir süreç boyunca insanların karşılaştıkları durum ve olaylarla birlikte edinmiş oldukları, çoğu öğrenilerek elde edilemeyecek olan kazanımlardır (Küçük,2017:89). Girişimciler, iş kurma konusunda her zaman yeterli deneyime sahip olmayabilirler. Ama konularından dolayı çevredeki değişimlere karşı duyarlı, öğrenmeye açık olup aynı zamanda öğrenmeye istekli olmak durumundalar. Böylece ihtiyaç duydukları yetenekleri görebilirler. Yeni iş kuran girişimcilerin çoğu karşılaştıkları sorunların büyük bir bölümünün tecrübesizlikten kaynaklandığı söylenmektedir (Tayşir'den akt. Nişancı vd 2015:33). Çoğu girişimci genellikle girişimciliğe başlamadan önce başka işlerde çalışıp, işleri hakkında bilgi sahibi olup, deneyim kazandıktan sonra girişimci olmaya başlarlar. Bir bakıma çalıştıkları işyerlerini girişimcilik etkinlikleri ve işleri öğrenebilecekleri bir araç, öğrenmelerine katkı bulunan bir deneyim olarak görmektedirler (Nişancı vd,2015.33). Hatta önceden farklı bir işte çalışıp daha sonra girişimciliğe başlayanların olumsuz deneyimlerine rağmen işlerine faydası olabilmektedir. Girişimciler daha önceki işyerlerinde karşılaşmış oldukları problemlere karşı iş deneyimlerinden dolayı daha duyarlı ve akılcı yaklaşımlarıyla problemlerini kolay bir şekilde çözebilirler (Brockhaus,1980:371).

1.5.3 Çevresel Faktörler

Mullins (1990)'a göre çevre, genel olarak girişimcileri fiili ve potansiyel olarak etkileyen faktörleri temsil etmektedir (Naktiyok ve Bayrakkök, 2006:82).

Çevresel faktörler ile genellikle aile ve yakın çevrenin girişimcilik üstünde belirleyici etkilere sahip olduğu belirtilmektedir. Bundan dolayı, bireylerin çevrelerinde görmüş oldukları kişiler çoğunlukla ticaretle uğraşanlardan oluşup bu kişiler başarı göstermişlerse girişimcilik eğilimleri yüksek olmaktadır. Fakat eğitim görmüş ve kamuda çalışanlardan oluşuyorsa bu eğilin düşük olmaktadır (Küçük, 2017:73).

Girişimcilik, ülkeden ülkeye ve yaşanan dönemlere göre farklılık gösterse de yapılan kurumsal çalışmalar, girişimci yönelimin oluşabilmesinde ekonomik, sosyo- kültürel faktörlerin, politik yönelimlerin, ülke rejimlerinin ve psikolojik faktörlerin girişimcilik kültürü üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca kurulan bir işin devamlılığı, yani girişimci faaliyetlerin başarısı çevreyle uyuma bağlıdır. Çünkü çevresel faktörlere uyum sağlayamayan bir işletme devamlılık sağlayamaz ve sistem içinde kaybolur (Top, 2006:35).

1.6.GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER

1.6.1 Ekonomik Yapı

Bir ülkenin benimsediği ekonomik politikalar girişimcilik kavramını şekillendirmekte ve girişimcileri yönlendirici bir etkiye sahip olmaktadır. ABD, İskandinav ülkeleri, Çin gibi girişimci piyasa politikalarını benimseyen devletler, ekonomik düzeyde büyüme gösterdikleri gibi, diğer ülkelere karşı ekonomik olarak üstünlüklerini geliştirmektedirler. Ülkelerin benimsedikleri politikalar, rekabet etme isteğini üst düzeye taşıdığı gibi ülkedeki işgücü istihdamına da katkı sağlar. Bu sayede ülkelerin üretim gücü de doğru orantılı olarak artış göstermeye başlar (McKay, 2001:148).

Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomiye sahip ülkelerde ise tam düzene oturmamış ekonomik engeller girişimcilerin risk faktörlerini arttırmakta, ekonomik belirsizlik girişimci olma düşüncesinden bireylerin uzaklaşmasına neden olmaktadır (Autio vd, 2000:910). Bu nedenle ekonomik sistemin, belirsizliklerden uzak ve risk oranı düşük olmalıdır. Ancak bu durumda bireyler ekonomik sistemde bir aktör olarak yer almaya istekli olabileceklerdir.

1.6.2 Sosyo-Kültürel Yapı

Türkiye’de girişimcilikle ilgili ortaya çıkan en önemli engellerden biri, bireyin sahip olduğu sosyal çevresi olarak kabul edilmektedir. Buna örnek olarak kırsal bölgelerde yaşayan bireyler verilebilir. Bu bireyler sahip olduğu aile yapısında baskıcı bir şekilde yetişmiş ve hayatının ilerleyen döneminde kendine güveni olmayan sürekli hata yapma olasılığı bulunan bir bireye dönüşmüştür. Aynı zamanda başkalarına hesap verme korkusu edilgen bir kişiliği de beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla bireyin ailesinden ve sosyal çevresinden edindiği kültür ve görgü kuralları gibi etmenler hayatı boyunca onu etkisi altında tutacak faktörler olacaktır. Bireyin özgür olması ve fikirlerini açık bir şekilde ifade edebilmesi girişimciliğin en temel unsurları arasında yer almaktadır (Durukan, 2006:33).

1.6.3 İdari ve Siyasi Yapı

Bir ülkenin siyasi ve idari yapılarının girişimciliğin başlamasında ve gelişmesinde büyük etkisi vardır. Devletin ekonomik ve siyasi yaşama yönelik almış olduğu bağlayıcı kararlar, bürokratik işlemlerin fazla olması, karışıklığı ülkedeki bütün ekonomik faaliyetleri etkilediği gibi girişimciliği de etkilemektedir. Siyasi yapı hangi ölçüde özgür olup , o ülkede yaşayan insanları destekleyici nitelikte ise bireyler o ölçüde girişimciliğe yönelirler. Ayrıca hazırlanan kanun, tüzük, yönetmelik gibi kanunların girişimcileri destekleyici nitelikte olması girişimcilik için önem taşımaktadır (Bozkurt, vd.241-242). Ayrıca girişimciliğin daha çok gelişmesi için vergilerin

sadeleştirilerek, girişimci kişilerin vergi yükünün azaltılması son derece önemlidir (Bozkurt, 2009:11).

1.7. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

Girişimcinin kendi işletmesini işletirken ya da yönetirken çeşitli avantaj ve dezavantajları vardır. Girişimcilerin işe başlamadan önce bu durumun farkına varmasında fayda vardır. Girişimciliğin avantaj ve dezavantajı aşağıda sıralanmıştır.

1.7.1 Girişimciliğin Avantajları

Girişimciliğin avantajları şu şekilde açıklanmaktadır; (Zimmerer ve Scarborough,2002:6).

- Bağımsız bir şekilde çalışmaya olanak sağlamak: Girişimciliğin en önemli avantajı, bireyin kendi kendinin patronu olmasına ve bağımsız bir biçimde karar vermesine imkân vermesidir. Özellikle kendi işini yapma konusu bireyleri oldukça motive etmekte ve işin patronluğunu bireyin kendisinin yapacağı düşüncesi insanları girişimciliğe yönlendirmektedir.
- Yapılan işte izleyici olmaktan ziyade, liderlik yapabilmek: Girişimciliğin sağladığı bir diğer avantaj bireyin lider olmasına sağladığı alt yapıdır.
- Fikirleri harekete geçirebilmek: Girişimcilik yapmak isteyen bireylerin en önemli şansı fikirlerini uygulamaya koyabilmektir.
- Daha yaratıcı davranabilmek: Girişimci kişiler yaratıcı, çözüm odaklı, alternatif ve çözüm üreten ve sonuç odaklı çalışmaktadır. Yani girişimcilik, başka insanların emirleriyle hareket etme zorunluluğundan uzaklaştırarak fikirlerini rahatça uygulamaya ve yaratıcı düşünmeye olanak sağlamaktadır.
- Yüksek bir gelir elde edebilmek: Başarılı olmak isteyen bir girişimci sabit bir gelirle çalışmakta olan diğer çalışanlardan daha çok gelir kazanma ihtimaline sahiptir.
- İş ortamı ile ilgili kararlar alarak ortamı şekillendirmek: Girişimcilik olgusu bireylerin sahip olduğu çalışanları ve çalıştıkları ortamı kontrol etme olanağını sağlamaktadır.

- Daha saygın bir konumda bulunmak: Başarılı olmak isteyen bir girişimci, yaptığı çalışmalarla ve kazandıkları ile birlikte başka insanların saygılarını ve hayranlığını kazanmaktadır.

1.7.2 Girişimciliğin Dezavantajları

Girişimciliğin Dezavantajları şu şekilde sıralanmaktadır (Kurilof vd, 1993:36).

- Nakit akışında yaşanan aksamalar: Piyasa koşullarından ve alacak tahsilâtları nedeniyle yaşanabilen zorluklar, işletmenin giderleri, devlete yapılması gereken ödemeler, üçüncü şahıs ve firmalara olan borçlar girişimciyi etkilemekte olan ve sıkıntıya sebep veren unsurlardır.
- Stres: Yoğun iş saatleri sonucunda ortaya çıkan stres genellikle bilgi yoğunluğu ve teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan değişiklikleri takip etme telaşıyla kendini göstermektedir. Aynı zamanda bireylerin sahip olduğu rekabet ve başarılı olma hissi, yetiştiremediği işleri ve geleceğinin belirsiz oluşu da strese sebep olan diğer etmenler arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra bireyin sahip olduğu sorumlulukların artması ile birlikte mesleki ilerleme ile ilgili duyulan gerilim de stres yaratabilir. Bu hisler beraberinde, iş tatminsizliğini ve dinlenmeye, eğlenmeye zaman ayıramamak gibi olguları getirmekte, yalnızlığı ve başarısızlığı doğurmaktadır. Bunlar da yine bireyin hissettiği stres duygusunu arttıran etmenlerdir.
- Yalnızlık: Girişimciler karşılaştıkları durumlarda, aldıkları kararlarda ve bu kararların sonuçlarından tek sorumlu olmakla birlikte yalnızlardır.
- Yeterli zamana sahip olmamak: Yoğunluk, yüksek tempolu çalışma ve zamana karşı yarış girişimcilerin sürekli yaşadıkları sorunlardandır.
- Çalışmadan para kazanamamak: Yeni kurulmuş işletmeler ya da küçük işletmeler için geçerli olan bu kural, girişimcinin çalışmaması gibi bir durumda kazanç elde etme şansı olmadığını ifade etmektedir.
- Aile huzurunun bozulması: Girişimciler için her zaman işin daha ön planda olması gerekmektedir. Bu nedenle ailelerine yeterince zaman ayıramaz ve

dolayısıyla aile huzurunun bozulması gibi bir sıkıntıyla karşı karşıya kalabilirler.

- Hayır diyememenin getirdiği zorluklar: Girişimciler hem personellerine hem de müşterilerine karşı sorumluluk taşımaktadır. Onlara hayır diyememe durumunda şirket menfaatleri konusunda zor duruma düşebilirler bu nedenle şirket menfaatleri, personel ve müşteri istekleri arasında denge kurmalı, personel ve şirket menfaatlerini ön planda tutmayı başarmalıdır.
- Satıcı ve tedarikçilerle uğraşmak: Girişimci her zaman mal ve hizmet aldığı satıcılarla ve tedarikçilerle iletişim kurma durumunda olacaktır, yetki devri ile bu tür konulardan bir düzeyde uzaklaşsalar da önemli kararlar konusunda mutlaka kendi sorumluluk alanında olmak zorundadırlar.
- Risk almak: Bir girişimcinin aldığı her karar risk faktörü içermektedir. Bu risklerin negatif sonuçları olduğunda bu sonuçlara katlanabilmek ise yorucu aynı zamanda yıpratıcı bir süreçtir.
- Daima finansmanla uğraşma zorunluluğu: Girişimciler ödemeleri, alacakları, nakit akış planlamaları, bankalarla olan ilişkileri, devlete yapılacak ödemeler, satış yapma, maliyet hesaplama gibi devamlı para ile uğraşma zorunluluğu vardır.
- Sürekli öğrenme gereği: Girişimciler ister teknoloji olsun isterse günün koşullarına ayak uydurabilmek amacıyla olsun sürekli kendilerini geliştirmek, bir şeyler öğrenmek ve devamlı tecrübe kazanmak zorunluluğundadırlar.
- Başarının çalışanlara da bağlı olması: Girişimci başarılı olmak için personelini iyi seçmeli, uzun süreçte doğru insanlarla çalışmalı, personelini yönlendirmeli ve motive etme sorumluluğu taşımaktadır.

1.8.GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIĞIN NEDENLERİ

Başarısızlığa uğramış girişimler incelendiğinde göze çarpan birçok neden görülebilmektedir. Günümüzdeki girişimcilerin detaylı incelemesi yapılırsa özellikle internet alanında girişimciliğe başlayan bireylerin başarısızlıkları gündeme gelmektedir. Aynı zamanda küresel ekonomik bunalım sebebiyle girişimciliğin başında kârlı işler yapan bireyler bile piyasa

koşullarından etkilenecek bu girişimlerine bir son vermek zorunda kalmaktadır (Huovinen ve Littunen, 2009:10).

Girişimciler iş yaşamlarının büyük çoğunluğunda büyük sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunlar girişimcilikte başarısızlığa sebep olmaktadır. Girişimciliğe başlamaya karar verdiğimizde öncesinde girişimcilik aşamasında ve sonraki süreçte sorunlar çoğalmaktadır. Girişimcilerin yaptıkları en büyük hata genellikle başarısızlığı düşünmemekten kaynaklanmaktadır. Pek çok zaman gözden kaçırılan ufak hatalar ya da iş yoğunluğu sebebiyle hesaba katılmayan noktalar girişimcilerin önüne ciddi sorunlar olarak çıkabilmektedir(Tekin,2009:20).

Girişimcilerin başarısızlığına neden olan en önemli hatalar özetlenirse; (Tekin, 2009:20-21; Keskin, 2018:156-157; Demir, 2015:110; Tutar ve Altınkaynak, 2013:116).

- Girişimcilerin yeni bir iş fikri üretme yerine, sürekli başkalarını taklit etmesi
- Çevrenin etkisiyle yatırım yapmak
- İş kurmadan önce gerekli planları yapıp, doğru sermaye miktarı belirleyememek,
- Kurulan işin kâr getirme aşamasına gelene kadar gerekli sermayeyi veya ek kaynağı elinde bulundurmamak
- İşin yüksek gelir getireceği düşünülerek yüksek maliyetlerle işe başlamak
- Öncelikle aile işletmelerinde karşılaşılan kurumsallaşamama veya belirli büyüklüğe gelindiğinde profesyonel yöneticilere iş devredememektedir Bu, aynı zamanda şirketlerin karşılaştığı en büyük büyüme engelidir.
- Belirlenmiş hedeflere sahip olmamak
- Doğru istihdam oluşturmamak
- Gerek olmayan cesur kararlara yönelmek ya da gerekli adımları atacak cesarete sahip olmamak
- Gerekli teknolojiye sahip olmamak ve alanlarındaki yenilikleri takip etmemek
- Sahip oldukları personele ve onların düşüncelerine açık olmamak

- Ulaşılmak istenen müşteri potansiyelini yeterli düzeyde tanımamak ve buldukları Pazar hakkında yeterli araştırma yapmamak
- Sermaye kontrolünde ve yönetimde profesyonel davranmamak. Bu, önemli başarısızlık nedenlerinden biridir. Yapılan ödemelerle alınan tahsilâtlar arasındaki düzen iyi kurulmalı ve yaşanacak nakit krizlerinin önüne geçilmelidir.
- Bürokratik engeller
- Müşteri sayısında artış sağlayamamak, farklı müşteri gruplarına hitap edememek.
- Pazarda yaşanan yenilikleri takip edememek
- Kontrollü büyüme sağlayamamak
- Eğitim ve bilgi eksikliğinin olması
- Pazara gerekli zamanda girememek
- Ürünü farklılaştıramamak
- Rekabet faktörlerini dikkate almamak

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR

Kadın girişimcilere ait işletmeler dünyada tüm ülkelerin ekonomik sistemlerin de zaman içerisinde daha fazla yer alarak önemli hale gelmeye başlamıştır. Kadınlar, ekonomik yönden kimseye bağlı olmadan kişisel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla girişimci olmak istemektedirler. Birçok kadın girişimci, hayallerini gerçekleştirmek için, birine bağlı olarak çalışmak yerine kendi işletmesini kurarak girişimcilik kariyerlerine başlamaktadır.

2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE KADIN GİRİŞİMCİLER

Özellikle 1980 yılları sonrası kadınların iş hayatına atılmaları, zamanla girişimciliği de bir kariyer seçeneği olarak görmelerine sebep olmuştur. Literatürde de kadın girişimciliği, artık özel bir ilgi alanı olarak görülmektedir ve bu konuda önemli bir yazın oluşmaya başlamıştır (Haugh, 2005:3). Toplumda girişimci erkekler takdir edilirken kadın girişimciler, geleneksel, erkek-tanımlı kadın rolü nosyonuna uymadıkları için “olağandışı” görülebilmektedirler (Goffe ve Scase, 1992:70). Ancak buna rağmen kadınların çoğu başkalarına bağlı çalışmak yerine kendi iş profillerini oluşturarak girişimcilik kariyerlerin adım atmayı tercih etmektedirler. Ekonomik açıdan birine bağlı olmadan kişisel ihtiyaçlarını karşılamak için girişimciliği seçerek girişimcilik yolunda devam etmek istemektedirler (Nişancı vd, 2018:664). Kadın girişimci dendiğinde kadının evinde veya evinin dışında bir mal üretmesi veya hizmet ortaya koyması anlaşılmaktadır. Ayrıca kadın girişimciliği günümüzde bir ürünün pazarlamasının yapılması adına çalışmalar yapmayı da kapsamaktadır. Kadın girişimciyi tanımlarken iki sınıflandırma yapmak mümkündür (Ecevit,1993:19-20).

- Evinde iş yapan/yapacak ev kadını: Herhangi bir işte çalışmayan ve evinin bir veya birkaç odasında mal ve hizmet üretiminde, serbest meslek ya da ticari faaliyette bulunduğu ya da bulunacağını beyan eden kadınlar, evinde iş yapan ev kadını olarak tanımlanmaktadır.
- Ev dışında iş yapacak kadın girişimci: Herhangi bir faaliyeti olmayan, mal ve hizmet üretimine, serbest meslek ya da ticari faaliyete yönelik evinin dışında yeni bir işyeri açmak isteyen kadınlar, kadın girişimci olarak kabul edilmektedir.

Kadın girişimciliği kavramını farklı yazarlar farklı şekillerde tanımlamışlardır (Haris vd. 2009:412). Girişimci kadın kavramı içerisine hangilerinin dahil edilip, hangilerinin bu kavramın dışında bırakılacağı yönünde ortak bir karar alınabilmiş değildir (Arslan ve Toksoy, 2017:126). Literatürde kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde tanımlar şu ortak noktalardan oluşmaktadır (Tekin, 2005:320; Ecevit, 1993:19-20).

- Ev dışı bir yerde, kendi adına kurup çalıştırdığı bir işletmesi olan,
- İşletmede tek başına veya istihdam ettiği kişilerle beraber çalışan veya sahibi sıfatıyla ortaklık kuran,
- İşinden dolayı ilgili olarak farklı örgüt, kamu ve özel kuruluşlarla temasta bulunan veya ilişki kuran
- İşletmenin geleceği ile ilgili planlar ve program yapabilen, işletmenin tüm sürecinde kendisi karar verebilen
- İşletmeden elde ettiği geliri, yatırım ve kullanım yerleri üzerinde söz sahibi olan,
- İşletmesi adına göze aldığı riski üstlenen kadınlar.

Girişimci kadınlar, sadece bir iş kurup işletmekle kalmayıp aynı zamanda kendi kariyerlerini yöneten kişilerdir. Yeni olan bu kariyer; yenilik yapma, yaratıcı olma risk alma ve cesaretli olmayı içerir. Kadın girişimciler, hedefleri olan ve bu hedeflere ulaşırken karşılaştıkları zorluklara çözüm üreten zeki, bağımsız kişilerdir. Beklentilerini ve çalışma çabalarını sürekli gözden geçirirler ve yüksek bir toplumsal farkındalığa sahiptirler (Moore, 2000:2).

Kadın girişimciler yeni bir iş sürecine adım atarken, işlerini büyütme ve geliştirmek adına uzun vadeli planlar yapıp daha köklü bir işletme haline gelip piyasada iyi bir kuruluş olmak için çok çaba göstermektedirler (Arıkan, 2002:222).

Mboko ve Smith-Hunter (2009), son yıllarda, dünyada yaygınlaşan kadın girişimciliği, kadınlar için uygun bir istihdam fırsatı yaratmakta ve aileler için gelir kapısı olarak görülmektedir. Kadınların kendi işlerinin sahibi olarak çalışmaları çok eskiye dayanırken, bir ülkenin gayri safi milli ve yerli hasılasına katkıları özellikle son otuz yılda ön plandayken, bazı ülkelerde ise özellikle son beş yılda ön plana çıkmıştır. Dünya Bankası, son on yılda dünyadaki ekonomik gelişmenin yaklaşık olarak yarısının kadın girişimcilerin yaptıkları katkıya bağlanabileceğini belirtmektedir. Güneydoğu Asya'daki kadın girişimciler, toplam girişimcilerin% 50'sinden fazlasını oluşturmaktadır. Geçmişte ekonomik durgunluk yaşayan Macaristan, Rusya ve Polonya'nın gelişmesine ve ekonomik kalkınmasına kadın girişimciler önemli katkılarda bulunmuştur. Bu ülkelerin ekonomilerindeki gelişme, öncelikle kendi işine sahip olan ve onu yöneten kadınların sunduğu fırsatlara bağlanabilir (Arıkan, 2016:139).

Kadın girişimci ve erkek girişimciler arasında karşılaştırma yapıldığında, aralarında benzerlikler bulunmaktadır ancak kadın girişimciler farklı olarak güdüleri, yetenek düzeyleri ve mesleki geçmişlerine göre girişimcilik faaliyeti göstermektedirler (Keskin, 2017:65-66; Arıkan, 2004:293). Bozkurt (2012)'ye göre kadın ve erkek girişimcilerin birden fazla ortak özelliği bulunmaktadır. Ancak erkek girişimcilerden farklı olarak kadın girişimciler, aile hayatlarına uygun hareket etmektedirler. Aile hayatının sorumlulukları daha çok kadınlar tarafından üstlenildiğinden, geleceğe yönelik daha planlı ve programlı olmaya odaklanmışlardır. Bu ve buna benzer sebeplerden dolayı, kadın girişimciliğinin özellikleri öğeleri açısından aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kendirli ve Şeniz,2019:100);

- İyi bildiği işler üzerine odaklanarak, tüm dikkatini ve enerjisini yaptığı iş üzerine yönlendirir.
- İşlerini yazılı bir şekilde kayıt altına alarak yaparlar.

- Tek başlarına karar vermek yerine, fikirlerini paylaşıp ortak ve farklı fikirlerden faydalanırlar.
- Merak ve sezgileri yoğun olduğu için, fırsatları fark edip gelebilecek olumsuz bir durumu da önceden sezinleyebilirler.
- Özgüven sahibidirler başkalarına güven verirler.
- Hayal güçleri sayesinde ayakları yere sağlam basar ve tutarlı bir yapıya sahiptirler.
- Düşünce yapıları sayesinde fark oluşturup kendilerini daima yenileyebilirler.
- İş yapmak ve işi geliştirmek için yöntem ve kuralları vardır.

Kısaca özetlemek gerekirse; risk üstlenebilme, cesaret, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik, kendine güven, esneklik, yaratıcılık ve mesleki yeterlilik kadın girişimcilerin başlıca özellikleridir (Ufuk ve Özgen, 2000:1-3).

Kadın girişimciler, erkek girişimcilere göre pek çok farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların, kadınların içgüdüsel ve düşünce özelliklerinden kaynaklanabileceği düşünülebileceği gibi, bunların tamamıyla beyinlerinin çalışma şekillerinin birbirinden farklı çalışmasından kaynaklandığı da düşünülebilir. Wonder ve Donoma'nın(1984) yaptığı çalışmalarda; beynin sol lobu dişil (içgüdüsel, görsel, sanatsal, duygusal vb.) özellikler içerirken, sağ lob ise daha erkeksi(pozitif, rasyonel, analitik, aktif vb.) özellikleri içermektedir. Bu özellikler kadın ve erkek girişimciler için başarının anahtarı olarak görülmektedir. Bazen kadınlar beynin sağ bölümünü kullanıp güçlerini ortaya çıkarmaktan yoksun kalmaktadırlar (Arşit, 2020:66; İltter, 2008:71-72).

Aşağıdaki tabloda kadın girişimcilerin özellikleri erkek girişimcilerin özellikleri ile karşılaştırılarak özetlenmektedir:

Tablo1: Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırması

Özellikler	Kadın Girişimciler	Erkek Girişimciler
Motivasyon(Güdeleyici)	Başarı, bağımsız olma	Başarı, iş tatmini, kişisel başarı
Girişimde Bulunma Nedeni	İşten soğuma, belirli bir alana ilgi veya olandan fırsat yakalama, Kişisel değişimler	Mevcut işten hoşnutsuzluk işten çıkarılma Kazanma fırsatı, işini genişletme

Fon kaynakları	Kişisel varlık, birikim, aile ve arkadaş desteği	Kişisel varlık, birikim Banka kredileri, yatırımcı desteği,
Mesleki Geçmişi	İş sahasındaki tecrübesi Sahada orta düzey yönetimsel tecrübe Hizmet sektörü ile ilgili mesleki altyapı	Çalıştığı işi nedeniyle edindiği deneyim İşindeki yüksek başarı Çeşitli dallarda rekabet
Kişisel Karakteristikler	Esneklik ve tolerans, başarıya odaklanmış Realist ve yaratıcı, orta düzeyde kendine güvenen, Hevesli ve enerjik olma	Başarıya odaklanmış, idealist, aşırı düzeyde kendine güvenen Fikir sahibi ve ikna edici Kendi kendinin patronu olma
Geçmiş Hayatı İle İlgili Konular	Girişimci olma yaşı:35-45 Baba serbest meslek Üniversite öğrenimi olup, işletme ve sosyal bilimler eğitimi almış İlk doğan çocuk olma	Girişim yaşı:25-35 Babası serbest meslek Üniversite öğrenimi olup, işletme ve teknik saha İlk doğan çocuk olma
Destek Olan Gruplar	Eş, aile ve yakın arkadaşlar Ticari işletmeler, kadın cemiyetleri ve meslek grupları	Eş ve arkadaşlar İş kuruluşları Profesyonel danışmanlar(avukat-muhasebeci)
Girişim türü	Hizmet alanındaki işler, Eğitim hizmetleri Danışmanlık veya halkla ilişkiler	Üretim Yapı, imalatçılık, inşaatçılık vb.

Kaynak:Hisrich Robert D. ve Micheál P. Peters, Entrepreneurship, IrwinMcGraw-HillCo. international Edition., 1998:79.

Kadın ve erkek girişimciler arasında pek çok benzerlik bulunmasına rağmen kadınlarla ilgili bazı farklılıklar öne çıkmaktadır. Erkeklerde kendi

geleceklerini kontrol altında alabilmek ve kendi işlerini daha iyi yönetebilmek düşüncesi hâkimken, kadınlar özgür olabilmek ya da başarabilmek güdüsüyle harekete geçmektedirler. Erkekleri girişimciliğe iten inanç genellikle kendilerini daha iyi yönetebileceklerine dair hissettikleri inanç olmaktadır. Kadınlarda ise ilerleme hissi ve üst yönetim kadrolarında yer alabilme isteği girişimciliği doğurmaktadır (Arıkan, 2002:226).

İşe başlamak ile alakalı düşünceler kadın ve erkek girişimcilerde benzerlik göstermektedir. İki grup da yer aldıkları konuya dair çok güçlü bir ilgi göstermekte ve daha çok tecrübe sahibi oldukları alanlara yönelmektedirler. Fakat eski işten yeni bir girişime geçmek, eski işleriyle bağlantılı olması nedeniyle kadınlar için biraz daha zor olmaktadır. Diğer taraftan kadınlar, yaşadıkları hayal kırıklıkları neticesinde işten ayrılmaları ve tecrübe sahibi olmak yerine yeni atıldıkları işe karşı heyecan duymaları nedeniyle geçiş döneminde daha çok zorluk çekmektedirler (Arıkan, 2004:293).

Kadın ve erkek girişimcilerin bir farklılığı da işe başlama noktasında duyulan finans kaynağı sıkıntısıdır. İşe başlama sermayesi olarak, erkek girişimciler kendi birikimleri yanında yatırımcı ve banka kredileri avantajlarını kullanırken, kadınlar daha çok kendi kişisel kaynakları, eş ve arkadaşlarının birikimlerinden yararlanmaktadırlar (Özkaya, 2009:59; Arıkan,2016:144).

Mesleki açıdan da kadın ve erkek girişimciler arasında farklar bulunmaktadır. Erkekler iş konusunda daha yetenekli oldukları inancını taşımaktadırlar. Erkekler çoğunlukla imalat, finans ve teknik alanlarda tecrübe sahibiyken, kadınlar idari (yönetimle ilgili konular) konularda tecrübeye sahiptirler. Bu da onları eğitim ve perakende satış gibi faaliyet kollarına itmektedir (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001:488; Arıkan,2004:293-294).

Kadın ve erkek girişimciler iş yerlerini kurmaya başlarken buldukları yaş ortalaması arasında da belli farklılıklar bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin yaş ortalaması 35 ile 45 yaş arasında iken erkek girişimcilerin ise 25 ile 35 yaş arasında iş yaşamına girmektedirler(Özkaya, 2009:59). Konu ile ilgili yapılmış olan araştırmalarda erkeklerin risk konusunda da kadınlara nazaran daha girişken olduğu görülmektedir (Haugh, 2005:3).

2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ

Kadın girişimciliği ekonominin kalkınmasında ve sosyal açıdan gelişim gösteren konularda dikkatle incelenmesi gereken bir konudur. Bütün dünyada kadın girişimciliği ekonomi için taze bir kan olarak görülmektedir (Mirjana'dan aktaran, Pınar;2015:63).

Günümüzde kadın girişimcilerin iş yaşamının önemli bir parçası haline geldikleri görülmektedir. Kadın girişimciler ekonomik kalkınma ve sosyal yaşamda ilerleme için önemli bir rol üstlenmektedirler (Jayakumar, 2016:1). Geçmişten beri çalışarak üreten erkeğin yanında kadınların da çalışarak toplumların gelişmesine ve uygarlıkların yayılmasına katkıda buldukları bilinmektedir. Yani kadınlar da ekonomik hayatın bir parçası konumundadırlar. Kadınların çalışma yaşamında yer almaları toplumsal süreçte yaşanan bir takım olayların sonucudur. Kadın girişimciler, ekonomik kalkınmaya ve toplumsal ilerlemeye katkıda buldukları için toplumda önemli bir konumdadırlar (Güleç, 2011:1).

Ekonomik ve toplumsal kalkınmanın gerçekleşmesinde işletmelerin; işletmelerin kurulmasında üretim faktörlerinin bir araya getirilmesinin çok önemli rolü olduğu söylenebilir. Toplum için katma değer üretecek işletmelerin faaliyete geçebilmesi için üretim faktörlerini bir araya getirme işlevinin, kim tarafından, ne zaman, hangi koşullarda ve nasıl yapılacağı tamamen girişimcilik ile ilgilidir ve kalkınma açısından oldukça önemlidir. “Küresel Girişimcilik Platformu (Global Entrepreneurship Monitor/GEM) yüksek girişimcilik faaliyetleri olan ülkelerin ortalama ekonomik büyümenin üzerinde gelişme gösterdiğini belirtmektedir” (GEM, 2001; akt.TÜSİAD, 2002:40). Bu kapsamda girişimcilik faaliyetlerini üstlenen kadınların, ulusal kalkınmada önemli roller üstlenebileceği söylenebilir.

Tarihte kadınlar hemen hemen her dönem yaşadıkları toplumların özelliklerine ve şartlarına göre ekonomik faaliyetlere katılım sağlamışlardır, özellikle sanayileşme ile birlikte bu süreç hızlanmışsa da (Ayaz, 1993:175), kadınların ekonomik süreçte tam anlamıyla var olmaları ve kadın girişimcilerin devlet tarafından desteklenmesi 1970'li yıllara kadar gerçekleşmemiştir

(Barbato vd, 2009:34). Yüzyıllardan beri kadınlar, üretim alanının neredeyse her aşamasında emek harcayarak üretime katkı sağlamışlar; ancak buna rağmen sosyal ve ekonomik anlamda yaşanan gelişmelerden kendilerine bir pay alamamışlardır. Hatta toplumlar tarafından en çok dışlanan grup olmuşlardır(Kocacık ve Gökkaya, 2005:196). Ülkemizde var olan nüfusun yarısından fazlasının kadınlardan oluşmasına rağmen kalkınma kadınların hayatına yansıyamamıştır. Bu sebeple öncelikli olarak kadınların istihdama katılımını artırmak gereklidir(Metin ve Kariman, 2013:78). Bu durum ile birlikte Türkiye’de kalkınma seviyesi hızlanacak ve sosyal anlamda gelişmeler yaşanabilecektir.

Kadınların iş hayatında iş bulabilme ve buldukları işte devamlılık sağlama esnasında yaşadıkları sorunlar, girişimcilikle alakalı düşüncelerini geliştirmelerine; kendi işlerini kurarak girişimci olmalarına ve istihdam alanları ile ilgili yaşadıkları sıkıntıları aşmalarına yardımcı olmaktadır. Kadınların iş hayatında aktif bir şekilde yer almaları kendilerini daha bağımsız hissetmelerine ve özgür hareket ederek insanlarla ilişkilerini güçlendirmelerine sebebiyet vermektedir. Bu durum, sosyal alanlarda daha fazla öne çıkmalarına olanak sağlayacaktır (Ecevit, 1993:18).

Az gelişmiş ülkelerin kalkınma alanında yaşadıkları en önemli sorun kalifiye işgücü yetiştirme ve sahip olunan işgücünü aktif olarak kullanabilme konularında yaşanmaktadır. Teknolojinin gelişmesini sağlayabilecek, bu teknolojiyi uygulayabilecek, eldeki kaynakları aktif bir biçimde kullanabilecek ve organizasyon düzenini sağlayabilecek yetişmiş işgücüne sahip olmak az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarına yardımcı olacak en büyük etkidir (Aztimur, 2005:36). Dünyada mevcut bulunan nüfus oranının yaklaşık olarak yarısını meydana getiren kadınların, ekonomik hayat içerisinde aktif olarak yer alması, ekonomik olarak değer üretebilmek ve bunun neticesinde kalkınmayı sağlamada önemli bir değeri oluşturmasına rağmen, kalkınmadan erkekler kadar yararlanamadıkları gözlenmektedir (Aztimur, 2005:38). Kadınların hem ekonomik hem de toplumsal alanlarda geri planda kalmasına sebebiyet veren ana etken erkeğin egemen olduğu bir yerde var olan cinsiyet ayrımcılığıdır. Bu düşünce yapısı sebebiyle kadın rolleri

sınırlandırılmış ve ev dışında herhangi bir alanda, kadının ikinci planda kalacağı benimsetilmeye çalışılmıştır. Küreselleşme ile birlikte gelen daha ucuz işçi çalıştırma ihtimalinin gündeme gelmesi ile birlikte kadınların iş hayatındaki yeri ve önemi daha da artmıştır. Bu durum dünya genelinde değerlendirildiğinde ise özellikle ücretsiz aile işçiliği göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra geliri düzenli bir şekilde elde edilmeyen işlerde kadınların çalıştırıldığı görülmektedir (Aztimur, 2005:38-41).

Ekonomik olarak kalkınmayı sağlayacak kadınların istihdam ve girişimciliğini artırmak son derece önem arz etmektedir (Can ve Karataş, 2007:253). Girişimcilik faaliyetleri sayesinde toplumun ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma, sonucunda toplumsal refaha dönüştüren kadın girişimciler bu faaliyetleri ile istihdam yaratmakta ve bireylerin gelir seviyesini yükselterek genel olarak toplumun refah düzeyine ve kalkınmışlık seviyesine katkı koymaktadırlar.

2.3. KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ

Kadınların girişimciliğe yönelme nedenlerinin itici ve çekici faktörler şeklinde iki grupta ele alındığı söylenebilir. İtici faktörler, kadınları iş kurmaya zorunlu kılan eşinin ölümü veya boşanma gibi zorunluluktan oluşan faktörlerdir. Çekici faktörler ise kurdukları iş alanına ilgi duymaları, mücadeleci ruha sahip olmaları, istekli olma ve pazar fırsatı yakalamaları ile ilişkilendirilmektedir. Bu konuyu detaylı incelemek gerekirse, yapılan çalışmaların incelenmesi sonucu kadınların girişimciliğe yönelme sürecine bakıldığında onları girişimciliğe yönlendiren çeşitli sebepler bulunmuştur (Arat, 1993:27-28). Bu nedenler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- Eşinin çalışmadığı ya da gelirin düşük olduğu ailelerde kadınlar girişimciliğe yönelmektedir. Bu durumda kadının önceliği ailesini geçindirmektir (Keskin, 2014:87).
- Ailede var olan bir işletme mevcutsa ve eş çalışmayacak durumdaysa (sağlık ya da psikolojik nedenlerle) kadınlar işleri devralabilirler. Bu durum mecburi nedenlerden kaynaklanmaktadır (Öztürk, 2016:48).

- Yüksek gelirli ailelerde karşılaşılan girişimcilik örneği ailenin ücretli işte çalışmasına izin vermediği kadınlarda karşılaşılr. Bu durumda bireysel girişimcilik arka planda kalıp ailenin ücretli işten uzak tutma politikasıyla hareket edilmektedir (Yetim, 2002:81).

- Kadınları girişimciliğe yönlendiren en önemli sebeplerden biri ise özgürlük ve bağımsız olma isteğidir. Kadınlar, başarıma ve özgürlüklerini elde etme isteğiyle girişimci birey olabilmektedirler (Çakıcı, 2006:58; Tekin, 2005:318).

- Çalışma yaşamında kadın emek ve işgücüne değer verilmediği kadınları daha çok ev merkezli çalışmaya zorunlu bırakılmıştır (Erzeybek ve Çiftçi, 2019:64). Bu durum kadınları girişimciliğe yönlendirmiştir.

- Bir işte çalışıp bilgi ve sermaye biriktirip girişimciliğe yönelen kadınlar, kazandıkları bilgi birikimini doğru değerlendirmek amacıyla girişimciliğe yönelmektedir.

- Kadınlar işsizlikle karşı karşıya kaldıklarında, kötü ekonomik koşulların varlığında girişimciliğe yönelmektedir. Bu durum bazen iş bulunana kadar devam edilen bir durumdur (Jalbert, 2000:23).

Öte yandan çalıştıkları işlerde yaşadıkları olumsuz olaylar nedeniyle girişimciliğe yönelen kadınlar bulunmaktadır (Sarri ve Trihopoulou,2004:32-33). Buldukları işlerdeki zorlayıcı ve baskılayıcı nedenler erkeklere kıyasla kadınları daha olumsuz etkilemekte ve girişimciliğe iten önemli nedenlerden biri olmaktadır (Catley ve Hamilton, 1998:76).

Ana hatlarıyla bakıldığında kadınların girişimciliğe yönelmesini sağlayan faktörler dünya çapında ortak olsa da kültürel ve ülke yaşamının getirdiği farklılıklar girişimciliğe yönelten faktörleri etkilemektedir (Durak, 2011:195). Gelişmiş ülkelerde kadınları girişimciliğe yönlendiren, daha çok çeken faktörler iken, gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliğe yönlendirenin daha çok iten faktörler olduğu görülmektedir (Dzisi, 2008:78).

Yukarıdaki ögelere ek olarak devletimizin kadınları girişimciliğe teşvik etmek için yaptığı devlet politikalarını ve eğitimleri de kadınları girişimciliğe yönlendiren unsurlar arasında görebiliriz.

2.4. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR

Geçmişten günümüze kadınların girişimcilik alanında karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde, kadınlar bu alanda sadece girişimcilikten dolayı sıkıntı yaşamamakta aynı zamanda da kadın olmalarından kaynaklanan zorluklar yaşamaktadırlar (Narin vd. 2006:71). Kadın girişimcinin karşılaştığı en büyük sorun kadın olmaktır. Bu durum, toplumun kadınlara karşı yaklaşımından dolayı, yaşamak zorunda kaldığı yaşamın birçok aşamasında zorluklarla karşılaştığı anlamına gelmektedir(Vethirajan ve Muthukumaresan, 2016:15).

Eğitim alan kadınlar ile toplum gelişmiş ve doğal olarak farklı sektörlerde çalışmak isteyen kadınların var olmasına sebebiyet vermiştir. Ancak özellikle Türkiye’de bulunan toplumsal yapıya bütünleşmiş olmuş geleneksel ve kültürel değerler, kadınların ev hayatı dışına çıkmasına bazı sınırlamalar getirmiştir. Kadının yerinin evi olması anlayışı kadınların evin dışında çalışmasına karşı çıkmakta veya evin dışında çalışan kadınlarda bile evin içindeki rolleri benimsemesine çalışılmıştır (Kocacık ve Gökkaya, 2005:196).

Ascher (2012)’e göre, kadın girişimcilerin girişimcilik aşamasında ve sonrasında karşılaştıkları sorunlar evrensel özelliktedir ve benzer bir şekilde dünyanın farklı yerlerinde bulunan kadın girişimciler bu sorunlarla yüz yüze gelmektedir. Bu sorunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Nişancı vd, 2015:676).

2.4.1.Eğitim Düzeyinin Düşük Olması

Yetersiz eğitim düzeyi ve beceri eksikliği kadın girişimciliği engelleyen nedenlerin başında gelmektedir. Kadının yaşam kalitesini artırarak kendini geliştirip kendi özgürlüğünü kazanıp ayakları üzerinde durmaları için en önemli unsur eğitimidir (Öztürk, 2016:59). Eğitim kişilerin istihdama katılımını kolaylaştırmaktadır. Eğitim kadınlar için önemli kazanımlar sağlama özeliğine de sahiptir. Kadınların yaşam kalitesi ve statülerini yükselterek onların kişisel özelliklerini kazanmalarına yardımcı olmaktadır (Erdemir, 2018:37; Sipahi,1997,67). Çünkü çalışma hayatına katılım oranı eğitim düzeyi ile orantılı olarak artmaktadır. Eğitim düzeyinin yüksek olması durumunda,

kadınların çalışma hayatına girmesi daha kolaylaşacak, iş tatmini artacak ve kadınların çalışma hayatına devam etmesi sağlanacaktır. Birçok gelişmiş ülkede yapılan çalışmalarda kadın girişimcilerin çoğunluğu yükseköğrenim eğitim almış kişilerden oluşmaktadır. Bundan dolayı kadın girişimcilerin anne, baba ve eşlerinin de iyi eğitim almış kişilerden oluştuğu gözlemlenmektedir (Gürol, 2000:230). Ersar ı(2015)'ya göre, eğitim seviyesinin yükselmesi ile birlikte kadın girişimciler daha iyi girişimlerde bulunarak toplumda hak ettikleri saygınlığı kazanıp en az erkek girişimciler kadar iş yaşamında söz sahibi olabileceklerdir (Arşit,2020:80).

2.4.2.Zaman Darlığı

Zaman geri dönüşü olmayan kıt kaynaklar arasında, biriktirilemeyen, toplanmayan ve ertelenmesi mümkün olmadığı için dikkatli kullanılması gereken bir unsurdur (Budak ve Budak,2013:541). Araştırmalarında ortaya koyduğu gibi zaman darlığı girişimci kadınların en önemli kaygısı olmaktadır. Kadınlar, ev işlerinden ya da çocukların yetiştirilmesinden sorumlu olduklarından, onların işlerini geliştirmeye ya da girişimci olmaya yeterince zaman ayırması beklenmemektedir (OECD,2004:46). Bu durumda kadın girişimciler kredi ve bilgi için danışmanlık kuruluşlarından ya da diğer finansal destek kuruluşlarına gitmeye zaman ayıramayabilmektedirler. Bununla birlikte eğitim programlarına ya da seminerlere katılabilmek, müşteriler ya da tedarikçiler ile anlaşabilmek de kadınların zaman engeline takılmaktadır. Araştırmalar göstermektedir ki, zaman darlığı, çoğu ekonomide, bağımsız gelişme düzeyinde birçok kadın için önemli bir engeldir (Ascher, 2012:108).

2.4.3. Sermaye Eksikliği

Kadınların karşılaştığı sorunlardan bir diğeri de sermaye yetersizliğidir. Çünkü kadınların daha düşük ücretlerde çalışması, birikim yapmalarını zorlaştırmakta ve girişimciliğe yönelen kadınlarda birikim yapmanın zorluğu sermaye eksikliği olarak kadının karşısına çıkan en önemli problemlerden biri olmaktadır. Kadınlar, yeterli birikim sağlayamadıklarından dolayı bankalara

teminat gösterecek bir mal varlığına da sahip olamamaktadırlar (KSSGM, 2000:148). İş kurma sürecinde sermayenin yetersiz olması kadın ve erkek girişimciler için önemli sorun haline gelmektedir. Bundan dolayı birçok kişi girişimci özelliği taşımalarına rağmen kendi işlerini kurmakta zorluk çekip, işletmelerini büyütüp geliştirmekte sorun yaşamaktadırlar. Sermaye yetersizliği girişimci kadınların yeni istihdam alanı oluşturmalarını engelleyen bir durum olduğundan, bu durumu ortadan kaldırmak için devletin bu konuda destek programları düzenlemesi oldukça önemlidir(Müftüoğlu ve Durukan, 2004:43).

2.4.4.Basmakalıp Yargılar (Güvensizlik, Tecrübe Eksikliği ve Başarısızlık Beklentisi)

İş hayatındaki basmakalıp yargılar kadınların kariyerlerinde ilerlemelerinde en önemli engel olarak görülmektedir. Çoğunlukla negatif yönlü olan yargılar, kadınların üst düzey işleri yapamayacakları görüşlerini içermektedir. Kadınlar; kişilik, kararlılık, azim ve risk alma yönlerinden yetersiz olarak değerlendirilmektedir. Yaygın olarak inanılan diğer basmakalıp yargı ise, kadınların bağımlı, duygusal ve öznel davranışlarıyla birlikte rekabet, hırs, liderlik, risk alma gibi açısından “yetersiz” oldukları şeklindeki algılamalardır (Anafarta vd. 2008:115).

2.4.5.Toplumun Geleneksel İnanç ve Baskısı

Günümüzde kadınların üzerinde hem sosyal hayatta hem de iş hayatında geleneksel görüş ve inançlar sonucu oluşan baskı önemli ölçüde azaldıysa da henüz yeterli düzeyde azaldığını söylemek mümkün değildir (Gürol ve Marşap, 2007:102). Kadın istihdamında yaşanan problemlerin en önemlilerinden birisi; kadının evin içindeki geleneksel annelik-ev işleri rolünün yanında, dışarıda çalışan bir kişi olması durumunda karşılaştığı sorunlardır. İş yaşamı büyük ölçüde erkekler tarafından kurulmakta ve onlar tarafından yönetilmektedir. Kadından, toplumun kendisine biçtiği role uygun hareket etmesi beklenmekte ve bu roller arasında iş hayatında yer almak pek mümkün görünmemektedir (Türel ve Dolmacı, 2013:85-86).

2.4.6.Cinsiyete Dayalı Rol Ayrımcılığı

“Cinsiyet” kavramı toplumsal bakımdan niteliğe sahip olan bir unsur, bireysel kimliğin kaynağı olarak tanımlanmaktadır. Bora (2011)’e göre cinsiyete dayalı ayrımcılığın cinsiyet rollerinin sade ve değişmez olup, biyolojik varlığımıza bağlı olduğu öngörüsüne dayandırılıp bu farklılığın aynı zamanda, eşitsizliğe ve ayrımcılığa yol açtığı söylenmektedir. Kadınlar ve erkekler arasındaki farklılıkların temelini biyolojik özelliklerin olduğu görüşlerin aksine, cinsiyet ayrımcılığının temelinde; kültürel, ideolojik, ekonomik ve politik gibi yapılara dayanmaktadır (Güzel, 2014:187).

Adam Smith, insanlar arasındaki farklılıkları dile getirirken; “gerçekte insanlar arasında doğal olarak bulunan yetenek farklılığı sandığımızdan çok daha az olabilmektedir” demektedir. Birbirine hiç benzemeyen insanlar arasındaki fark, örneğin bir filozofla basit bir sokak hamalı arasındaki fark, pek o kadar yaratılıştan değil, alışkanlık, gelenek ve eğitimden kaynaklanmaktadır. Bu iki insan doğduklarında ve yaşamlarının ilk yıllarında belki de birbirine çok benzemekte ve ana babaları ya da oyun arkadaşları bu ikisinin arasında önemli bir farklılık görememektedir. Bu durum, her iki cinsin kendi içerisinde ya da cinsiyetler arasında da söz konusu olmaktadır. Ancak, alışkanlıklar, gelenekler, kültür, içinde bulunulan toplum, eğitim vb. etmenler kadın ve erkek arasında cinsiyet ayrımcılığına neden olmaktadır (Smith, 1984:36).

2.4.7.Cinsel ve Duygusal Taciz

Ücret karşılığında bir işletmede çalışan kadınlar da, işletmelerde yönetici olarak bulunan kadınlar da, girişimci olarak çalışan kadınlar da özellikle kapalı yapıdaki toplumlarda hem duygusal hem de cinsel yönden tacize uğramaktadır (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001:494). Özellikle cinsel tacize uğrayan pek çok kadın evlerinin geçimini sağlayabilme zorunluluğu sebebiyle, işlerini kaybetmemek için bu duruma katlanmak zorunda kalmaktadır (Soysal, 2010:99).

2.4.8.Cam Tavan Engeli

Kadınların iş hayatında karşılaştıkları sorunlardan bir diğeri ise cam tavan engelidir. Cam tavan olarak adlandırılan bu durum, işletmelerde kadınların, yönetim alanında belirli bir düzeyin üzerine yükselmesini engelleyen görünmez engelleri ifade etmektedir (Kocacık ve Gökkaya, 2005: 209; Öğüt, 2006:58; Yıldız, 2014:74). Çalışan bir kadına kendisi ile aynı meslek sahibi, aynı deneyim düzeyine ve birikime sahip olan aynı kademde yer alan erkek çalışana kıyasla daha az ücret ödenmektedir. Hiyerarşide ise üst kademelere yükselme söz konusu olduğunda, kadınlar cinsiyetlerinden dolayı karşılaştıkları cam tavan engeli nedeniyle çalıştıkları örgütte hak ettiği düzeye yükselememektedirler (Chell vd. 1991:154).

2.4.9.Rol Çatışması

Rol çatışması genellikle kadın girişimcilerin yaşamlarında bulunan özel hayat ve çalışma hayatı arasındaki rol ikilemi olarak tanımlanabilir. Rol çatışması, girişimci kadınların bahsi geçen alanlardan birine diğerinden daha fazla ağırlık verdiğinde öteki tarafın ihmal edilmesi ile sonuçlanan bir durum var ise ortaya çıkan bir durumdur (Narin vd, 2006:71). Bu durum, çalışan tüm kadınların sıklıkla karşı karşıya kaldığı en önemli sorunlardan biri olarak değerlendirilebilir.

2.4.10.Sosyal Pozisyon ve İletişim Eksikliği

Aldrich ve Zimmer (1986)'e göre kadınlar genellikle sosyal pozisyon açısından erkeklerden daha düşük seviyelerde bulunmaktadır. Bu durum ise onların sosyal ortamlara girmek istememelerine sebebiyet vermektedir. Aynı zamanda bu durum, bir örgütün bünyesinde olma isteklerini de etkilemektedir. Böylece kadın girişimciler yeni bir işi kurup yönetirken ihtiyaç duydukları kaynak ve bilgilere ulaşmada erkeklere göre başarısız olabilmektedirler (Soysal,2010:100). İletişim ağları, küçük bir şirkette bulunmayan bilgi ve kaynaklara erişerek girişimcilere farklı seçeneklerle yardımcı olabilmektedir. İş dünyasında hem resmi hem de resmi olmayan çeşitli ağlar bulunmaktadır.

Sosyal ağlar, kadınlar için oldukça önemli bir unsurdur. İş ağları, kadınların, avukatlar ve muhasebeciler gibi kişilerden yasal ve mesleki açıdan öneri ve destek almalarını mümkün kılıyor (Fuller, 2009:303-304).

2.4.11.Yasalardan Kaynaklanan Engeller

Kadın girişimciler, iş kurma sürecinde karşılaştıkları sorunların yanında bürokratik engellerle de karşılaşmaktadırlar. Yapılan çalışmalara incelendiğinde, bürokratik engeller kadınların girişimcilik etkinliklerinden uzaklaşmasına sebep olan önemli bir unsurdur. Girişimcilik etkinliklerine başlamak isteyen kadınlar için bürokratik işlemlerin kolaylaşması adına yapılan düzenlemeler olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir (Öztürk, 2016:62).

Sandıklı (2009), kadınların çalışma hayatına atılmasıyla birlikte ve sonraki süreçlerde işe devam etmeleri konusunda yasalarda cinsiyete dayalı ayrımcılığın söz konusu olmamasıyla beraber (2003’de yürürlükte olan Yeni İş Kanunu’nda) toplumda bazı iş ve mesleklerin kadınlara uygun olmadığı önyargısı, ekonomik krizle birlikte kadınların erkeklerden önce işten çıkarılması, görevler verilirken adaletli davranılmadığı, özellikle de kayıt dışı sektörde verilen ücretlerin oldukça düşük bir şekilde kayıt altına alınıp gösterilmesi gibi ayrımcılık örnekleri söz konusu olmaktadır (Soysal, 2010:101). Bu durumda kayıt dışılık önemli bir sorun yaratmaktadır.

Kayıt dışı istihdam, kayıt altına alınmadan çalıştırılan kişileri anlatabilmek için kullanılan bir kavramdır. Daha geniş değerlendirildiğinde, niteliği açısından yasal ancak kamu kurumlarına bildirilmemiş herhangi bir ücretli faaliyet kayıt dışı olarak tanımlanabilmektedir (Yalçınkaya, 2013:108). Ancak suç sayılan faaliyetler ve ev ekonomisi içinde yaratılan değerler bu kapsamda değerlendirilememektedir. Çünkü bunlar yasal bir şekilde kuruma bildirilmesi gereken faaliyetler olmamaktadır (Biletta ve Meixner, 2005:1; Yıldırım,2017:5).

2.4.12. Örgüt İklimi ve Kültürü

Örgüt iklimi olarak adlandırılan kavram işçilerin çalıştıkları kurum hakkındaki olumlu ya da olumsuz düşüncelerini kapsamaktadır. Yani bir nevi işçilerin psikolojik yorumlarına dayanır (Schein,1997:3). Örgüt iklimi çalışanların kişilik özelliklerini etkileyerek, çalışan kişilerin işe dayalı duygu, düşünce, davranışlarını oldukça etkilemektedir (Gök,2009:592). Bürokratik iklimlerde daha katı hiyerarşik ve değişime yanaşmayan bir yapı söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla işçilerin girişimcilik faaliyetlerine katılmalarında çalıştıkları kurumun hangi iklim yapısında olduğu çok önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle kadınların erkeklere nazaran daha çekingen olarak yaklaşım gösterdiği bu konuda destekleyici ve yenilikçi bir örgüt iklimine sahip olmaları gerekmektedir. Çünkü bürokratik bir örgüt iklimi onları girişimcilik faaliyetlerinden uzaklaştıran önemli bir engel olmaktadır (Soysal,2010:105). Girişimcilik konusunda kadınların atılımında bulunamamasının en önemli sebeplerinden bir diğeri de örgüt kültürüdür. Örgüt kültürü toplum tarafından şekillendirilmektedir. Öztürk (2008)'e göre girişimcilik ve kültürün birbirleriyle yakın bağlantısı vardır. Girişimcilik hissinin oluşup başarılı bir şekilde sürdürülmesinde toplum kültürünün oldukça etkisi bulunmaktadır (Soysal,2015:194).

Örgüt kültürü, örgüt üyesi kişilerin örgütte temel değerlerini ve inançlarını kapsamaktadır. Örgüt içerisinde ortaya konulan geniş davranışlar kümesi olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 2017:5; Şişman,2007:3). Bu açıdan bir değerlendirme yapıldığında örgüt kültürünün, örgütün stratejileri üzerinde etki mekanizması bulunan çok önemli bir unsur olduğu söylenebilir. Örgüt kültürü, örgütte çalışacak olan bireylerin potansiyellerini de değerlendirir ve bu potansiyeller üzerinde de ciddi bir etkiye sahiptir (Zahra vd. 2004:365).

2.4.13. Liderlik

Bir işletmede girişimciliğin oluşturulup geliştirilmesinden sorumlu olan kişi liderdir (Marangoz,2013:10). Liderlik belirli şartlar altında, belirli kişisel hedeflerini gerçekleştirmek için bir kimsenin başkasını etkileyerek

yönlendirmesi olarak tanımlanmaktadır (Koçel,2014:668). Örgütlerin bünyesinde, hem var olan stratejilerin gelişebilmesi hem de uygulamaya koyulabilmesi aşamalarında çok önemli bir yere sahip olan liderlik özellikle dürüstlük ve yetki vermeye değer gösteren bir işletme kültürünü ortaya çıkarmaktadır (Güzelcik, 1999:101). Liderlik aynı zamanda insanların kendileri ve işletme içinde yenilikçi ve girişimci olmalarını ve kendilerini özgür hissetmelerini sağlamaktadır (Golemann, 2002:49). Girişimcilerin liderlik özellikleri de bulunmaktadır. Yapılan bazı çalışmalara göre girişimciler, iş dünyası ve işi yönetme sırasında farklı anlayış ve tutum sergilenmektedir. Girişimcilerde bulunan bu özellikler, girişimcileri yenilikler yapmaya ve geliştirmeye mecbur bırakmakta aynı zamanda girişimci de lider imajı oluşturmaktadır. (Atasoy'dan akt: Ödemiş,2018:34).

2.4.14.Bütüncül Bakışın Sağlanamaması ve Örgütlenememe

Ecevit (2007)'e göre, kadın girişimcilerin önüne çıkan pek çok engelden en önemlisi kendini çevreleyen ve sınırlayan sorunlarla başa çıkamamalarıdır. Bu durumun en büyük sebebi ise dünyada küresel bir bütünlük içerisinde ele alınmamış olan kadın girişimcilerin etkin bir biçimde örgütlenememesidir. Bu durumda uluslararası anlamda, ülke bazında var olan büyük sivil toplum kuruluşlarının kadınları teşvik etmesi gereğini doğurmaktadır (Soysal, 2010:105; Ersarı, 2015:52).

2.4.15.Kurumsal Çeşitlilik ve Koordinasyon Zorlukları

Türkiye'de bahsi geçen kadın girişimcileri destekleyebilmek ve geliştirebilmek için kurulmuş olan hükümet kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özelleşmiş kuruluşların sayısı oldukça fazladır. Bu nedenle bu kuruluşlar arasında koordinasyon güçlüğü yaşanmaktadır. Dolayısıyla kadın girişimciliğini destekleyebilmek adına farklı stratejiler üretilmesi ve bu stratejilerin birbiriyle çelişmesi gibi durumlar meydana gelebilmektedir (Soysal, 2010:106).

2.4.16.Politika Geliştirme ve Uygulama ile İlgili Engeller

Girişimciliği desteklemek ile ilgili bazı programlar belirlenirken hedef kitle olarak kadınlar ele alınmaktadır. Bu kapsamda hedef kitlenin bazı özellikleri dikkate alınmalı; yaş, eğitim durumu ve bunun gibi özellikler program dâhilinde değerlendirilmeli ve uygulama sürecine dâhil edilmelidir. Girişimciliği destekleyebilmek adına tasarlanmış programların proje fonlarının deneyimle bağlantılı olmaması ve iyi tasarlanmış olmaması sonucunda kadın girişimcileri engelleyen bazı durumlar ortaya çıkabilmektedir (Ecevit, 2007).

Yukarıda söz edilen sorunların çözülmesi için bu konuyla ilgili farkındalığın artırılması dünya genelinde politikalarda kadınlara yönelik pozitif ayrımcılığın aktif halde olmasının yarar sağlayacağı söylenebilir. Günümüzde yaşanan sürekli değişim ve gelişimlerin, kadın girişimcilerin yaşadığı sorunları zamanla azaltacağı, iş dünyasında böyle bir yaklaşımın var olduğu; sorunlara çözüm buldukça sorunların zamanla yerini gelişmelere bırakabileceği öngörülebilir. Böylece kadın girişimciliğinin üstlendiği roller olumlu sonuçlara kaynaklık edecek ve kadın girişimciliğinin yararları daha net ortaya çıkabilecektir.

2.5.TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Türkiye İstatistik Kurumu’nun İşgücü Hane Halkına ilişkin veri setinde yer alan “istihdam edilenlerin yıllar ve cinsiyete göre işteki durumu” bölümü incelendiğinde istihdam yer alma biçimlerinden birinin “işveren” olmak olduğu dikkat çekmektedir. Ancak ülkemizde girişimci kadınların oranı oldukça düşük seviyededir. 2012 yılı verilerine göre Türkiye’de kadınlarda işveren oranı sadece %1,3’tür (Metin ve Kariman, 2013:78).

Türkiye’de Haziran 2019 itibariyle işveren ve kendi hesabına çalışan kadın sayısı 1 milyon kişiden azdır (Kagider, 2019:7). Kadın girişimci sayısı 2020 itibariyle Türkiye’de 142 bin civarındadır. Bu da tüm girişimci sayısının %10’una denk gelmektedir (<https://www.milliyet.com.tr/gundem/kadin-girisimci-sayisi-142-bin-6161417>). İzmir’de ise Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)’ne bağlı TOBB İl Kadın Girişimciler Kuruluna üye olan

yaklaşık 15 bin kadın girişimci bulunmaktadır (<https://izmirkadingirisimci.com/Sayfa/1-baskanin-mesaji>).

Türkiye, Global Girişimcilik Platformu Raporu'na göre, erken-aşama girişimcilik aktivitesi toplamında 48 ülke içinde 15. sırada, içinde bulunduğu Avrupa ve Kuzey Amerika bölgesi içinde ise 3.sırada yer almaktadır (Kagider, 2019:10).

Tablo 2: Türkiye, Global Girişimcilik Platformu Raporu

Türkiye Skoru: 51	Girişimcilik Finansmanı	Devlet politikaları: destek ve	Vergiler ve bürokrasi	Devlet Girişimcilik	Okul çağı evre Girişimcilik	Okul sonrası evre Girişimcilik
Türkiye NECI skorları (ağırlıklı ortalama)	4.76	4.54	3.47	4.18	2.76	5.05
Türkiye NECI Sıralama/54	21	24	36	32	35	20
Global Girişimcilik Platformu (ortalama skor)	4.29	4.37	3.88	4.49	3.14	4.79
ARGE Transferi	Ticari ve hukuki alt yapı	İç Pazar dinamikleri	İç Pazar kısıtları	Fiziksel Alt yapı	Kültürel ve sosyal normlar	
Türkiye NECI skorları (ağırlıklı ortalama)	4.50	5.53	6.22	4.19	6.07	5.00
Türkiye NECI Sıralama/54	14	13	10	28	36	24
Global Girişimcilik Platformu(ortalama skor)	3.95	4.90	5.27	4.20	6.32	4.84

Kaynak:Kagider (2019). Türkiye’de Kadın Girişimcilik Endeksi-2019 Araştırma Raporu

Girişimcilik seviyesinin toplamda 12 kriter detayında ölçümlendiği Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi (NECI)’ne göre Türkiye sıralama açısından girişimcilik finansmanı, devlet politikaları desteği, ARGE transferi, ticari & hukuki altyapı ve iç pazar kısıtları kriterlerinde ilk 25 ülkenin içinde yer

almaktadır. Türkiye, Dünya genelinde kadın girişimcilerin erkeklerin yarısından daha az bir oranda olduğu ülkeler arasındadır (Kagider, 2019:13).

Kadın Girişimcileri Derneği (KAGİDER), Türk Tuborg A.Ş. ile birlikte, kadın girişimcilerin profilini, iş kurma sürecindeki deneyimlerini, iş hayatındaki motivasyonlarını ve zorluklarını anlamak üzere online anket yöntemiyle 438 Kadın Girişimci ile 2018/2019 yıllarında bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu araştırmanın sonuçları Türkiye'deki kadın girişimcilerinin demografik özelliklerine ayna tutmaktadır. Buna göre;

Çalışmaya katılan kadın girişimcilerin %67'si evli ve %31'i bekârdır. %67'si çocuk sahibi iken %33'ünün çocuğu yoktur. Araştırmaya katılan girişimci kadınların %39'u 31-40 yaş Aralığındayken, %28'i 41-50 yaş Aralığında, %21'i 51 yaş ve üzeri, %12'si de 21-30 yaşlarındadır. Girişimci kadınların %60'ı ön lisans-lisans mezunu, %30'u yüksek lisans mezunu ve %11'i lise ve altı eğitim düzeyine sahiptir. Çalışmaya katılan kadın girişimcilerin %32'si şirketinin kuruluş tarihinin 0-1 yıl aralığında olduğunu belirtmiştir. %23'ü şirketinin 2-5 yıldır devam ettirmektedir. %26'sının şirketi 6-15 yıldır devam ederken %19'unun şirketi ise 16 yıl ve üzeri zamandır çalışma hayatındadır. Çalışmanın bulgularına göre Kadın girişimcilerin kurduğu şirketlerin %56'sı 1-5 çalışanlı şirket statüsünde yer almaktadır. Söz konusu girişimlerin %16'sında ise hiç erkek çalışan bulunmamaktadır. 31-40 yaş grubu kadın girişimcilerin kurduğu şirketlerin daha ileri yaş gruplarına göre sadece Türkiye'de faaliyet gösterme oranının (%75) daha yüksek olduğu görülmektedir (Kagider, 2019:19).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İZMİR'DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİNİ VE GİRİŞİMCİLİK ALGILARINI BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve önemi, yöntemi, hipotezleri, veri toplama aracı ve uygulamasına ilişkin bilgilerle araştırmanın bulgularına yer verilmektedir.

3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

İnsanlık tarihinde uzun yıllar boyunca ev içi alanda çocuk bakma gibi nihai bir misyon yüklenen kadınlar, sanayi devrimi ile birlikte hem kişisel hem sosyal ihtiyaçların artması sonucu çalışma hayatında daha fazla yer almaya başlamışlardır. Özellikle 1980'lerden sonra girişimcilik alanında yaşanan gelişmeler, kadınların girişimciliği bir kariyer alternatifi olarak görmelerine sebep olmuş; gün geçtikçe de yoğun bir biçimde girişimciliğe yönelmelerine sebep olmuştur.

Bu araştırmanın amacı, İzmir'deki kadın girişimcilerin girişimci olma nedenlerini ve girişimciliğe ilişkin algılarını ortaya koymaktır. Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede hali hazırda sayıları yeni yeni artış gösteren kadın girişimciler üzerinden, kadınların girişimci olma nedeni ve girişimciliğe ilişkin algılarının sorgulanması, ekonomik sistem içerisinde kadınları teşvik eden ya da engelleyen faktörlerin sorgulanmasına da fırsat verecektir. Kadın girişimcilerin neden girişimci olduklarının belirlenmesi ekonomik yaşamda daha özgürce yer almaları için alınması gereken tedbirler hakkında da ipuçları verebilecektir. Aynı zamanda çalışmanın bulguları günümüzde var olan kadın girişimciler üzerinden mevcut durumun anlaşılmasına da katkı sağlayacaktır.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, İzmir’de faaliyet göstermekte olan kadın girişimcilerin girişimci olma nedenlerinin ve girişimciliğe ilişkin algılarının” belirlenmesini amaçladığından genel tarama modelindedir. Betimsel ve istatistiksel bilgileri elde etmeyi ve sayısal verilere ulaşmayı hedeflediği için nicel bir çalışmadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır.

Nicel araştırmalarda araştırmacı nesnedir ve araştırma bulgularının araştırma evrenine genellenmesi söz konusu olduğu için geniş çaplı ve temsili örneklem grubuyla çalışılır. Nicel araştırmaların amacı, sayısal olarak ölçülebilen verilerin istatistiksel çözümlenmesi aracılığıyla sosyal olgular arasındaki neden sonuç ilişkilerini ortaya koyarak toplumsal düzenin kanunlarını keşfetmektir (Walliman, 2006:42, Neuman, 2000:15).

İzmir’de Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)’ne bağlı TOBB İl Kadın Girişimciler Kuruluna üye yaklaşık 15 bin kadın girişimci bulunmaktadır (<https://izmirkadingirisimci.com/Sayfa/1-baskanin-mesaji>). Bu araştırmanın evrenini, İzmir ili sınırları içerisinde çeşitli alanlarda iş kurup girişimci olarak faaliyet gösteren tüm kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini İzmir’de yaşayan, kendi işini kurmuş ve tesadüfî olarak seçilmiş 438 kadın girişimciden oluşmaktadır.

“Kadın Girişimcilerin girişimci olma nedenlerini ve girişimciliğe ilişkin algılarını” belirlemeye yönelik olarak kullanılan anket formu, İzmir’de faaliyet gösteren kadın girişimcilere yüz yüze ve online olarak ulaştırılmıştır. Dört yüz otuz sekiz (438) kadın girişimci anketi yanıtlamış ancak 30 ankette eksik ve tutarsız yanıtlar görüldüğünden bunlar değerlendirmeye alınmamıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu Nişancı vd. (2015) tarafından daha önce kullanılan ve iki bölümden oluşan bir formdur. Birinci bölümde, “yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışma süresi, kendini tanımlama biçimi, hissedilen ruh hali, anne mesleği, baba mesleği, işinden memnun olma düzeyi, başarılı girişimcileri örnek alma, sosyal hayata ayrılan zaman, yanında çalıştırılan personel sayısı” gibi sosyo-demografik ve diğer bazı özellikleri belirlemeye yönelik 16 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde girişimci olma nedenleri ve girişimciliğe ilişkin algıları belirlemeye yönelik 26 önerme bulunmaktadır.

Araştırma, İzmir’de yaşayan 408 kadın girişimcinin“, girişimci olma nedenlerini ve girişimciliğe ilişkin algılarını” belirlemeye yönelik uygulanan anket formuna verdikleri yanıtlarla sınırlıdır. Araştırma veri toplama aracı, anketle sınırlı tutulmuştur. Araştırmada elde edilen verilerin analizi, kullanılan istatistiksel yöntemlerle sınırlıdır. Araştırma 2019-2020 yılı içinde 408 kadın girişimcinin verdiği yanıtlarla sınırlıdır.

3.3.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının, sosyo-demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir.

H₁. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₃. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₄. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, çalışma süresine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₅. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, aylık gelire göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₆. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, yanlarında çalışan personel sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₇.Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, annelerinin sahip olduğu mesleğe göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₈.Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, babalarının sahip olduğu mesleğe göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₉. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, kendilerini nasıl tanımladıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₁₀. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, kendilerine ayırdıkları sosyal hayat zamanına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H₁₁. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, işinden memnun olma düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

3.4.VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırmaya katılan kadın girişimci sayısı 438 olup, katılımcıların tümü (%100) kadındır. Kadın girişimcilere uygulanan anketten elde edilen verilerin analizleri, SPSS istatistik paket programı kullanılarak yapılmıştır. Bulgular tablolar halinde gösterilmiştir. Değişkenlerin normal dağılıma uyup uymadığı Shapiro-Wilk-W testinden yararlanılarak test edilmiştir. Çalışma verileri normal dağılıma uygun olduğundan parametrik testler uygulanıp aritmetik ortalama ve standart sapmalar alınmıştır. İkili bağımsız değişkenlerin ortalamaları arasındaki farkı test etmek için bağımsız gruplar “t testi” kullanılarak parametrik test uygulanmıştır. İki den fazla bağımsız değişkenlerin ortalamaları arasındaki farkı test edebilmek amacıyla tek Yönlü Varyans analizinden (ANOVA) yararlanılmıştır. ANOVA sonucunda farklılığa sebep olan grupların belirlenmesi için öncelikle Levene Testi ile varyansların homojenliğine bakılmış; varyanslar homojen olduğu için Scheffe testinden faydalanılmıştır. Anlamlılık testlerinde ($p < 0,5$) anlamlılık düzeyi esas alınmıştır.

F testi; bağımlı değişkenin sürekli, bağımsız değişkenin üç ya da daha fazla düzeyde olduğu durumlarda ortalamalar arasındaki farkların anlamlılığını belirlemek için kullanılmaktadır. Tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonucunda F değerinin anlamlı çıkması, en azından bir grup ortalamasının diğerinden anlamlı olarak farklı olduğunu ifade eder. İki den fazla grup ortalaması söz konusu olduğunda hangi grup ortalamaları arasında anlamlı farklar olduğunu saptamak üzere “çoklu karşılaştırma” adı verilen özel tekniklerin kullanılması gerekmektedir. Bu araştırmada “Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenlerini ve Girişimciliğe İlişkin Algıları”; a- medeni durum, c-yaş, ç- eğitim seviyesi, d-anne mesleği e-baba mesleği f- yanındaki çalışan sayısı, g- kendini tanımlama şekli h- genel ruh hali değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek için ANOVA testi gerçekleştirilmiştir. Farkın

anlamli çıkması durumunda ise LSD testi kullanılarak farkın hangi gruplar arasında olduğu saptanmıştır.

3.4.1. Araştırmanın Demografik Bulguları

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin 143'ü (%35) bekâr; 265'i (%65) evlidir.

Tablo 3: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumlarına Göre Frekans Dağılımları

Medeni Durum	n	Yüzde %
Bekâr	143	35
Evli	265	65
Toplam	408	100

Ankete katılan kadın girişimcilerin eğitim durumlarına göre dağılımına bakıldığında en fazla katılımın 212 kişi ile (%52) üniversite mezununda olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan kadın girişimcilerin 130'u (%31,9) lise mezunu, 34 (%8,3) kadının ilk-ortaokul mezunu ve 32 (%7,8) kadının ise lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo4:Kadın Girişimcilerin Eğitim Gruplarına Göre Frekans Dağılımları

Eğitim Seviyesi	n	Yüzde
Üniversite	212	52
Lise	130	31,9
İlk-orta	34	8,3
Lisansüstü	32	7,8
Toplam	408	100

Tablo 5 incelendiğinde; ankete katılan kadın girişimcilerin kendilerini en iyi tanımlayan kelime olarak en fazla, 130 kişiyle (%31,9) "alışkan" kelimesini tercih ettiği görülmektedir. Çalışmaya katılan kadın girişimciler kendilerini en iyi tanımlayan kelime olarak 94 kişiyle (%23) "dürüst"; 54 kişiyle (%13,2) "güler yüzlü"; 50 kişiyle (%12,3) "lider"; ve 40'ar kişiyle (%9,8) "zeki ve "cesur" kelimelerini tercih etmişlerdir. Kadın girişimciler kendilerini çoğunlukla "alışkan" ve "dürüst" olarak tanımlamaktadırlar.

Tablo-5: Kadın Girişimcilerin Kendilerini En İyi Tanımlayan Sözcüğe Göre Frekans Dağılımları

Tanımlayan Kelime	n	Yüzde
Çalışkan	130	31,9
Dürüst	94	23
Güler yüzlü	54	13,2
Lider	50	12,3
Cesur	40	9,8
Zeki	40	9,8
Toplam	408	100

Ankete katılan kadın girişimcilerin kendilerinde en sık gördükleri ruh hali olarak 133 kişinin (%32,6) “huzurlu” ifadesini işaretledikleri görülmektedir. Çalışmaya katılan kadınların 120’si (%29,4) kendi ruh hallerini “hırslı” olarak tanımlarken; 92 kadın (%22,5) kendisini “mutlu”; 41 kadın (%10) ise kendisini “gergin” olarak ifade etmiştir. Kendi ruh hallerini tanımlamak için en az tercih edilen ifadeler 14 kişinin (%3,4) “kaderci” ifadesi olurken yalnızca 8 kadın (%2) kendi ruh halini “hayalperest” olarak tanımlamıştır.

Tablo 6: Kadın Girişimcilerin Kendilerinin Ruh Haline Göre Frekans Dağılımları

Ruh Hali	n	Yüzde
Huzurlu	133	32,6
Hırslı	120	29,4
Mutlu	92	22,5
Gergin	41	10
Kaderci	14	3,4
Hayalperest	8	2
Toplam	408	100

Katılımcı kadın girişimcilerin annelerinin büyük çoğunlukla “ev hanımı” olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan kadınların 282’si (%69,1) annelerinin mesleğinin “ev hanımlığı” olduğunu belirtmiştir. 48 kadın girişimcinin (%11,8) annesi

emeklidir. 27 kadının girişimcinin (%6,6) annesi özel işletmede çalışırken; 25 kadın girişimcinin (%6,1) annesi ise kendi işinin sahibidir.

Tablo 7: Kadın Girişimcilerin Annelerinin Mesleklerine Göre Frekans Dağılımları

Anne Mesleği	n	Yüzde
Ev Hanımı	282	69,1
Emekli	48	11,8
Özel İşletme	27	6,6
Kendi İşi	25	6,1
Kamu Görevlisi	20	4,9
Diğer	6	1,5
Toplam	408	100

Ankete katılan kadın girişimcilerin babalarının büyük çoğunlukla “emekli” olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan kadınların 171’i (%41,9) babasının mesleğinin “emekli” olduğunu belirtmiştir. 110 kadın girişimcinin (%27) babası özel işletmede çalışmaktadır. 59 kadının girişimcinin (%14,5) babası kendi işinde çalışırken; 42 kadın girişimcinin (%10,3) babası ise kamu görevlisidir.

Tablo8: Kadın Girişimcilerin Babalarının Mesleklerine Göre Frekans Dağılımları

Baba Mesleği	n	Yüzde
Emekli	171	41,9
Özel İşletme	110	27
Kendi İşi	59	14,5
Kamu Görevlisi	42	10,3
Diğer	20	4,9
İşsiz	6	1,5
Toplam	408	100

Tablo 9 incelendiğinde; ankete katılan kadın girişimcilerin sosyal hayata ayırdıkları zamanın en yoğun olarak 170 kişiyle (%41,7) “orta” düzeyde olduğu görülmektedir. 118 kadın girişimci (%28,9) sosyal hayata “az zaman” ayırabildiğini

belirtirken; 94 kadın girişimci (%23) “hiç” zaman ayıramadığını ifade etmiştir. Yalnızca 26 kadın girişimci (%6,4) sosyal hayata “oldukça fazla” zaman ayırdığını belirtmiştir.

Tablo 9: Kadın Girişimcilerin Sosyal Hayata Ayırdıkları Zamana Göre Frekans Dağılımları

Ayrılan Zaman	n	Yüzde
Az	118	28,9
Orta	170	41,7
Hiç Yok	94	23
Oldukça Fazla	26	6,4
Toplam	408	100

Ankete katılan kadın girişimcilerin başarılı girişimcileri örnek alma oranları oldukça yüksektir. 378 katılımcı kadın girişimci (%92,6), başarılı girişimcileri kendine örnek aldığını ifade etmiştir.

Tablo 10: Kadın Girişimcilerin Başarılı Girişimcileri Örnek Almalarına Göre Frekans Dağılımları

Örnek Alıyor musunuz?	n	Yüzde
Evet	378	92,6
Hayır	30	7,4
Toplam	408	100

Katılan kadın girişimcilerin işlerinden memnun olma oranlarının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcı kadınların 384’ü (%94,1) işinden memnun olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 11: Kadın Girişimcilerin İşinden Memnuniyet Durumlarına Göre Frekans Dağılımları

İşinizden memnun musunuz?	n	Yüzde
Evet	384	94,1
Hayır	24	5,9
Toplam	408	100

Ankete katılan kadın girişimcilerin yanlarında çalıştırdıkları çalışan sayısına ilişkin Tablo12 incelendiğinde;120 kadın girişimcinin (%29,4) yanında 1 çalışan bulunduğu; 75 kadın girişimcinin (%18,3) 2 çalışanı olduğu; 7 kadın girişimcinin ise (%1,7) ile 150’şer çalışanın olduğu görülmektedir.

Tablo.12 Kadın Girişimcilerin Yanlarında Çalıştırdıkları Çalışan Sayısına Göre Frekans Dağılımları

Çalışan Sayısı	N	Yüzde
1	120	29,4
2	75	18,3
3	52	12,7
4	30	7,3
5	22	5,3
6	12	2,9
7	12	2,9
8	22	5,3
9	4	0,9
10	6	1,4
11	10	2,4
12	6	1,4
13	6	1,4
14	5	1,2
15	5	1,2
16	1	0,2

	20	3	0,7
	25	5	1,2
	50	5	1,2
	150	7	1,7
Toplam:	2990	408	100

Tablo 13 incelendiğinde; ankete katılan kadın girişimcilerin yanlarında çalıştırdıkları çalışan sayısının en fazla 1-5 çalışan arasında olduğu görülmektedir. 299 kadın girişimci (%73,3) yanında 1-5 çalışan bulunduğunu ifade etmiştir. 56 kadın girişimci ise (%13,7) 6-10 arasında çalışanı olduğunu belirtmiştir.

Tablo.13 Kadın Girişimcilerin Yanlarında Çalıştırdıkları Çalışan Sayı Aralığına Göre Frekans Dağılımları

Çalışan Sayısı	n	Yüzde
1-5	299	73,3
6-10	56	13,7
11-15	32	7,8
16-20	4	1
21 ve üzeri	17	4,2
Toplam	408	100

3.4.2.Güvenirlik Analizi

Araştırmada kadın girişimcilerin girişimci olma nedenlerini ve girişimciliğe ilişkin algılarını saptamak amacıyla kullanılan anket formunda 26 maddelik önerme grubu vardır. Yapılan faktör analizi sonrasında 26 maddelik önerme grubu 4 alt boyutta gruplanmıştır. **Temel Girişimcilik nedeni; temel girişimcilik algısı; genel girişimcilik algısı; genel girişimcilik nedeni** alt boyutlarının güvenilirlik kat sayıları sırasıyla 0.92, 0.92, 0.92 ve 0.92 olarak bulunmuştur. Ölçek 5’li Likert türünde olup,

ölçek maddelerine verilen yanıtlar “Kesinlikle katılmıyorum” (1), “Katılmıyorum” (2), “Kararsızım” (3), “Katılıyorum” (4), “Kesinlikle katılıyorum” (5) şeklinde derecelendirilmektedir.

Anketin 9. 10., 11., 8., 7., 1., 4., 6. soruları temel girişimci olma nedenine; 17., 18. 16., 19., 24., 15., 25., 21. soruları temel girişimcilik algısına, 20., 22., 5., 26., 23. soruları genel girişimcilik algısı 3., 14., 13., 2., 12. soruları genel girişimci olmaya yöneliktir. Maddelerin faktör değerleri ve Cronbach Alpha Değerleri Tablo-14’de verildiği gibidir.

Tablo 14: Faktör Analizi ve Tanımlayıcı İstatistikler

Faktör	Soru Numarası	Sorular	Faktör Değeri	Factor %	Cronbach's Alpha
Temel Girişimcilik Nedeni	9	Devlet ve diğer kurumların vermiş olduğu kuruluş desteklerinden yararlanmaktır	72	%33,34	920
	10	Ailemin isteğini yerine getirmektir	71		
	11	Babamın işletmesini/ işini devam ettirmektir	70		
	8	Başka iş bulamadığımdan, yani işsizlik nedeniyledir	68		
	7	Dini inançlarım gereği ve “Rızkın onda dokuzu ticarettendir” tavsiyesidir.	68		
	1	Ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmektir	67		
	4	Kişilik özelliklerimin (enerjik olma, yeniye açık olma, uyumlu olma, azimli olma, özgüven ve sorumluluk sahibi, isteklerinde ısrarlı olma gibi) sonucudur.	66		
	6	Çevresel faktörlerden, pazar, hükümet politikaları, ekonomik yapı gibi faktörlerdir.	60		
Temel Girişimcilik	17	Girişimcilikte başarı için fırsatları değerlendirmek gerekir	58		
	18	Girişimcilik, farklı fikirleri hayata geçirmektir	57		

	16	Girişimcilik sermaye/para gerektirir	57	%23,66	920
	19	Girişimcilikte nihai hedef genişleme ve büyümedir	50		
	24	Girişimcilikte yenilik ve değişimlere açık olmak gerekir	48		
	15	Girişimcilik bir risktir.	44		
	25	Girişimcilikte etkili iletişim ve beşeri ilişkilerde uyumluluk çok önemlidir	37		
	21	Dürüst ve güvenilir olmak, verdiği sözü yerine getirmek çok önemlidir.	61		
Genel Girişimcilik Algısı	20	Başkalarından emir almak özgürlüğü kısıtlamaktadır	56	%14,61	920
	22	Ücretli çalışmaktansa kendi fikirlerini hayata geçirmek tercih edilmelidir.	52		
	5	Bağımsızlık eğilimli olmamın sonucudur	51		
	26	Girişimcilikte öğrenmeye açık olmak gerekir.	51		
	23	Girişimcilik cesaret gerektirir.	40		
Genel Girişimcilik Nedeni	3	İstihdam yaratmaktır	70	%12,23	920
	14	Rekabet etmek ve yarışmaktır	47		
	13	En büyük idealim olan kendi işimin sahibi olmaktır.	43		
	2	İşletme eğitimi almış olmamdır.	39		
	12	Başarılı girişimcileri örnek almamdır.	35		

Yapılan faktör analizi sonucunda ölçekte.30 faktör yükü altında soru olmadığı görülmüş ve bu nedenle hiçbir soru anketten çıkarılmamıştır. Ölçekteki sorular 4

faktör grubuna dağılmıştır. İlk iki grup 8 sorudan ve diğer iki grup da 5'er sorudan oluşmuştur. 9., 10., 11., 8., 7., 1., 4. ve 6. sorular ilk faktör grubunu oluşturmuş ve bu soruların ölçmeye çalıştığı değere bakılarak, literatürden yararlanılarak “temel Girişimcilik Nedeni” adı verilmiştir. Zira bu faktör grubunda yer alan sorular girişimci kadınların girişimciliği seçme nedenlerini tespit etmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. 17., 18., 16., 19., 24., 15., 25. ve 21. sorular ikinci faktör grubunu oluşturmuş ve bu faktör grubuna da “Temel Girişimcilik Algısı” adı verilmiştir. Zira bu faktör grubundaki sorular, katılımcıların girişimciliği nasıl algıladıklarına odaklanmış sorulardan oluşmaktadır. 20., 22., 5., 26. ve 23. sorular üçüncü faktör grubunu oluşturmuş; bu gruba “Genel Girişimcilik Algısı” adı verilmiştir. Zira bu faktör grubunda yer alan sorular girişimciliğin özgürlük, kendi fikirlerini hayata geçirmek ve bağımsızlığa odaklanan sorulardan oluşmaktadır. Dördüncü faktör grubunda yer alan sorular ise 3., 14., 13., 2. ve 12. sorulardır. Bu gruptaki sorular girişimci kadınların istihdama ve kendi işine sahip olmaya yönelik sorulardan oluştuğu için bu faktör grubuna “Genel Girişimcilik Nedeni” adı verilmiştir. Faktör grupları isimlendirilirken literatür taramasından yararlanılmıştır.

Ölçeğin faktör gruplarından 1. faktör grubu olan “Temel Girişimcilik Nedeni” ölçeğin %33,34'ünü; 2. faktör grubu olan “Temel Girişimcilik Algısı” ölçeğin %23,66'sını; 3. faktör grubu olan “Genel Girişimcilik Algısı”, ölçeğin %14,61'ini ve 4. faktör grubu olan “Genel Girişimcilik Nedeni” ölçeğin %12,23 yükünü taşımaktadır. Dört faktör grubu toplamda ölçeğin %83,84 yükünü taşımaktadır. Aynı zamanda faktör gruplarının Cronbach's Alpha değerleri.92 ile yüksek düzeydedir.

Tablo 15: KMO ve Barlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,829
Barlett't Test of Sphericity Approx. Chi-Square	3653,814
df	,325
Sig.	,000

Yapılan analiz sonucunda ölçeğin güvenirlik değerlerinin yüksek olduğu (KMO= ,829) görülmüştür.

Tablo 16. Ölçeğin Normallik Testi Sonuçları

Shapiro-Wilk		
Statistic	df	Sig.
,974	408	,292
,980	408	,260
,983	408	,343
,980	408	,340

Ölçeğin normallik testi sonuçlarından “Shapiro-Wilk” testinin “sig.” değerlerinin tüm gruplarda 0.05’ten büyük olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre tüm faktör grupları için “%95 güvenle veriler normal dağılımlıdır”.

Elde edilen veriler kolay yorumlanabilmesi için ankette toplanan veriler olumlu maddeler 1-5 (1,2,3,4,5) aralığında kodlanıp bilgisayara girilmiştir. Likert tipi, 5 dereceli olan “kadın girişimcilerin girişimci olma nedenlerini ve girişimciliğe ilişkin algılarını belirlemeye yönelik önermelere cevap seçenekleri ve değerleri aşağıdaki çizelgedeki gibidir.

Tablo 17. Aritmetik Ortalamaları Yorumlamada Seçenekler İçin Kullanılan Sayısal Aralık Sınırları

Sayısal Değer	Seçenekler	Olumluluk Değerleri	Aralık Sınırı
1	Kesinlikle Katılmıyorum	Tamamen Olumsuz	1.00-1.80
2	Katılmıyorum	Olumsuz	1.81-2.60
3	Kararsızım	Kısmen	2.61-3.40
4	Katılıyorum	Olumlu	3.41-4.20
5	Kesinlikle Katılıyorum	Tamamen Olumlu	4.21-5.00

Kadın Girişimcilerin Girişimci Olma Nedenlerine ve Girişimciliğe İlişkin Algılarına İlişkin görüşlerinin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 18’de yer almaktadır.

Tablo 18: Kadın Girişimcilerin Görüşlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Md.No	F1. Temel Girişimcilik Nedeni	N	\bar{X}	SS
9	Devlet ve diğer kurumların vermiş olduğu kuruluş desteklerinden yararlanmaktır	408	2,68	1,50
10	Ailemin isteğini yerine getirmektir	408	2,59	1,53
11	Babamın işletmesini/ işini devam ettirmektir	408	2,78	1,31
8	Başka iş bulamadığımdan, yani işsizlik nedeniyledir	408	2,77	1,21
7	Dini inançlarım gereği ve “Rızkın onda dokuzu ticarettendir” tavsiyesidir.	408	3,51	1,53
1	Ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmektir	408	4,24	,92
4	Kişilik özelliklerimin (enerjik olma, yeniye açık olma, uyumlu olma, azimli olma, özgüven ve sorumluluk sahibi, isteklerinde ısrarlı olma gibi) sonucudur.	408	4,21	,89
6	Çevresel faktörlerden, pazar, hükümet politikaları, ekonomik yapı gibi faktörlerdir.	408	3,63	1,09
	Boyut Toplamı	408	2,77	,56
Md.No	F2.Temel Girişimcilik Algısı	N	\bar{X}	SS
17	Girişimcilikte başarı için fırsatları değerlendirmek gerekir	408	4,46	,73
18	Girişimcilik, farklı fikirleri hayata geçirmektir	408	4,32	,85
16	Girişimcilik sermaye/para gerektirir	408	4,39	,91
19	Girişimcilikte nihai hedef genişleme ve büyümedir	408	4,21	1,01
24	Girişimcilikte yenilik ve değişimlere açık olmak gerekir	408	4,57	,61
15	Girişimcilik bir risktir.	408	4,42	,92
25	Girişimcilikte etkili iletişim ve beşeri ilişkilerde uyumluluk çok önemlidir	408	4,54	,64
21	Dürüst ve güvenilir olmak, verdiği sözü yerine getirmek çok önemlidir.	408	4,55	,72
	Boyut Toplamı	408	4,43	,64

Md.No	F3.Genel Girişimcilik Algısı	N	\bar{X}	SS
20	Başkalarından emir almak özgürlüğü kısıtlamaktadır	408	4,07	1,08
22	Ücretli çalışmaktansa kendi fikirlerini hayata geçirmek tercih edilmelidir.	408	4,26	,86
5	Bağımsızlık eğilimli olmamanın sonucudur	408	4,13	,64
26	Girişimcilikte öğrenmeye açık olmak gerekir.	408	4,59	1,02
23	Girişimcilik cesaret gerektirir.	408	4,51	,65
	Boyut Toplamı	408	4,29	,72
	F4. Genel Girişimcilik Nedeni			
, 3	İstihdam yaratmaktır	408	3,55	1,27
14	Rekabet etmek ve yarışmaktır	408	3,32	1,37
13	En büyük idealim olan kendi işimin sahibi olmaktır.	408	4,30	,82
2	İşletme eğitimi almış olmamdır.	408	2,87	1,56
12	Başarılı girişimcileri örnek almamdır.	408	3,71	1,25
	BOYUT TOPLAMI	408	3,55	,65
	GENEL TOPLAM	408	3,76	,65

Tablodan da görüleceği gibi kadın girişimcilerin temel girişimcilik nedenlerine bakıldığında, kendilerine sunulan önermelerden “ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmek” önermesi en yüksek ortalamaya (4,24) sahiptir. Yani kadınların girişimci olmasının en temel nedeni “ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmektir.” Girişimci olman, “enerjik olma, yeniye açık olma, uyumlu olma, azimli olma, özgüven ve sorumluluk sahibi olma, isteklerinde ısrarlı olma gibi girişimci kişilik özelliklerimin bir sonucudur” önermesi (4,21) ise yüksek ikinci ortalamaya sahiptir. Buna göre, kadınların girişimcilik faaliyetlerine yönelmesinin bir başka temel nedeni kadınların girişimci kişilik özelliklerine sahip olmalarıdır. Ayrıca çevresel faktörler de temel girişimci olma nedenleri arasındadır

Kadın girişimcilerin temel girişimcilik algılarına bakıldığında, katılımcıların girişimciliği yenilik ve değişimlere açık olmak (4,57); dürüst ve güvenilir olmak (4,55); etkili iletişim ve beşeri ilişkilerde uyumlu olmak (4,54) ile ilişkilendirdikleri görülmektedir.

Kadın girişimcilerin genel girişimcilik algıları kapsamında faaliyetlerinde öğrenmeye açık olmayı (4,59); cesur olmayı(4,51); kendi fikirlerini hayata geçirmeyi (4,26) ve bağımsız olmayı (4,13)önemsedikleri görülmektedir. Bu önermeler arasında en yüksek değere “öğrenmeye açık olmak” sahiptir.

Kadın girişimcilerin genel girişimcilik nedeni başlığı atındaki önermelerin ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamanın “kendi işinin sahibi olma (4,30)” önermesine ait olduğu anlaşılmaktadır. Bunun arkasından “başarılı girişimcileri örnek alma (3.71) ve istihdam yaratma (3,55)” gelmektedir. Katılımcıların önermelere verdikleri değerler olumlu ve tamamen olumlu değerlere sahiptir.

3.4.3.Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından Faktörlere Yönelik Bulgular

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimciliğe ilişkin algılarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için t-Testi kullanılmıştır. T-Testi sonuçları Tablo 19’de yer almaktadır.

Tablo 19: Kadın Girişimcilerin Cinsiyetlerine Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimciliğe Dair Algılarına İlişkin T-Testi Sonuçları

	Medeni Durum	n	\bar{X}	ss	Sd	t	p																																
Temel Girişimcilik Nedeni	Bekâr	143	3,24	,62	403	2,30	,02																																
	Evli	265	3,40	,66				Temel Girişimcilik Algısı	Bekâr	143	4,52	,46	406	2,69	,00	Evli	265	4,38	,51	Genel Girişimcilik Algısı	Bekâr	143	4,09	,66	406	,63	,54	Evli	265	4,05	,54	Genel Girişimcilik Nedeni	Bekâr	143	3,45	,74	403	1,86	,06
Temel Girişimcilik Algısı	Bekâr	143	4,52	,46	406	2,69	,00																																
	Evli	265	4,38	,51				Genel Girişimcilik Algısı	Bekâr	143	4,09	,66	406	,63	,54	Evli	265	4,05	,54	Genel Girişimcilik Nedeni	Bekâr	143	3,45	,74	403	1,86	,06	Evli	265	3,60	,76								
Genel Girişimcilik Algısı	Bekâr	143	4,09	,66	406	,63	,54																																
	Evli	265	4,05	,54				Genel Girişimcilik Nedeni	Bekâr	143	3,45	,74	403	1,86	,06	Evli	265	3,60	,76																				
Genel Girişimcilik Nedeni	Bekâr	143	3,45	,74	403	1,86	,06																																
	Evli	265	3,60	,76																																			

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimciliğe dair algılarının medeni durumlarına göre karşılaştırılması için yapılan t testi sonrasında bekâr ve evli kadın girişimcilerin “temel girişimcilik nedeni” (t= 2,30) ile “temel girişimcilik algıları” (t= 2,69) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (p<0,05). Bulgulara göre evli ve bekâr kadın girişimcilerin girişimciliğe atılma nedenleri ile girişimciliğe dair algıları birbirlerinden farklıdır. Evli girişimcilerin girişimcilik nedenleri daha pozitif değere sahipken; bekâr girişimcilerin girişimcilik algılarının daha pozitif düzeyde olduğu görülmektedir.

Kadın Girişimcilerin Başarılı Girişimcileri Örnek Alma Durumlarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimciliğe Dair Algılarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için t-Testi kullanılmıştır. t-Testi sonuçları Tablo 20’de yer almaktadır.

Tablo 20: Kadın Girişimcilerin Başarılı Girişimcileri Örnek Alma Durumlarına Göre t-Testi Sonuçları

	Örnek Alma	n	\bar{X}	ss	Sd	t	p
Temel Girişimcilik Nedeni	Evet	378	3,36	,66	403	2,30	,01
	Hayır	30	3,11	,49			
Temel Girişimcilik Algısı	Evet	378	4,44	,49	406	2,69	,71
	Hayır	30	4,40	,60			
Genel Girişimcilik Algısı	Evet	378	4,09	,56	406	,63	,06
	Hayır	30	3,81	,79			
Genel Girişimcilik Nedeni	Evet	378	3,62	,71	403	1,86	,00
	Hayır	30	2,60	,75			

Kadın girişimcilerin başarılı girişimcileri kendilerine örnek alıp almamasına göre girişimci olma nedenleri ile girişimcilik algılarının karşılaştırılması için yapılan t testi sonrasında, “temel girişimcilik nedeni” (t=2,30) ve “genel girişimcilik nedeni”

($t=1,86$) faktör düzeyleri arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bulgulara göre kadın girişimcilerin, başarılı girişimcileri örnek alma durumlarına göre “temel girişimcilik nedeni” ile “genel girişimcilik nedeni” boyutları açısından farklılık göstermektedir. Başarılı girişimcileri kendilerine örnek alan kadın girişimcilerin hem “temel girişimcilik nedenleri” hem de “genel girişimcilik nedeni” boyutu diğer gruba göre çok daha pozitif düzeydedir.

Kadın Girişimcilerin İşlerinden Memnun Olma Durumlarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimciliğe Dair Algılarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için t-Testi kullanılmıştır. t-Testi sonuçları Tablo 21’de yer almaktadır.

Tablo 21: Kadın Girişimcilerin İşlerinden Memnun Olma Durumlarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarına Dair t-Testi Sonuçları

	İşinden memnun	n	\bar{X}	ss	Sd	t	p
Temel Girişimcilik Nedeni	Evet	384	3,36	,66	403	2,14	,00
	Hayır	24	3,07	,37			
Temel Girişimcilik Algısı	Evet	384	4,42	,50	406	1,78	,00
	Hayır	24	4,16	,30			
Genel Girişimcilik Algısı	Evet	384	4,33	,59	406	2,25	,00
	Hayır	24	4,05	,41			
Genel Girişimcilik Nedeni	Evet	384	3,58	,74	403	3,81	,00
	Hayır	24	2,98	,84			

Kadın Girişimcilerin İşlerinden Memnun Olma Durumlarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarına Dair yapılan t testi sonrasında işinden memnun olan ve olmayan kadın girişimciler arasında her faktör grubunda anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bulgulara göre işinden memnun olan kadın

girişimcilerin tüm faktör gruplarında işinden memnun olmayan girişimcilere oranla daha pozitif algı taşıdıkları tespit edilmiştir.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının eğitim düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi sonuçları Tablo 22’de yer almaktadır.

Tablo 22: Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyi Gruplarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe
Temel Girişimcilik Nedeni	İlk-orta	3,21	,37	Gruplar arası	9,06	3,02	7,42	,000		lisansüstü, lise, üniversite
	lise	3,42	,64							
	Ünivers.	3,39	,69							
	Lisansüstü	2,86	,37							
	Toplam	3,34	,65	Toplam	172,34					
Temel Girişimcilik Algısı	İlk-orta	4,25	,49	Gruplar arası	8,82	2,94	12,72	,000		lisansüstü, lise, ilk-orta
	lise	4,26	,54							
	Ünivers	4,54	,43							
	Lisansüstü	4,64	,45							
	Toplam	4,43	,50	Toplam	102,21					
Genel Girişimcilik Algısı	İlk-orta	4,11	,55	Gruplar arası	2,40	,80	2,31	,075		
	lise	3,96	,53							
	Ünivers	4,12	,62							

	Lisansüstü	4,08	,56				
	Toplam	4,07	,59	Toplam	142,05		
	İlk-orta	3,16	,72				
Genel Girişimcilik Nedeni	lise	3,57	,75	Gruplar arası	10,84	3,61	lisansüstü, lise, ilk-orta
	Ünivers	3,64	,72			6,45	,000
	Lisansüstü	3,20	,88				
	Toplam	3,55	,76	Toplam	235,41		

Farklı eğitim düzeyi gruplarındaki girişimci kadınların girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda farklı eğitim düzeyindeki girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Girişimci kadınların, “temel girişimcilik nedeni”, “temel girişimcilik algısı” ve “genel girişimcilik nedeni” düzeyleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:7,42; 12,72; 6,45; p<0,05). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda lise, üniversite ve lisansüstü mezunu kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Lise mezunu kadın girişimciler iş kurma ve girişimcilik nedenleri daha pozitif durumdayken ($\bar{X} = 3,42$) eğitim durumu azaldığında ve yükseldiğinde bu oran azalma göstermektedir.

Kadın girişimcilerin “temel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise ilk-orta, lise ve lisansüstü mezunu kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre eğitim düzeyi yükseldikçe girişimci kadınların girişimcilik algıları da pozitif düzeyde yükselme göstermektedir.

Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik nedeni” faktör grubunda da ilk-orta, lise ve lisansüstü mezunu kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre

eğitim düzeyi yükseldikçe girişimci kadınların genel girişimcilik nedenine ilişkin değerleri de pozitif düzeyde yükselme göstermektedir.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının Kendilerini En İyi Tanımladığını Düşündükleri Kelimeye göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi sonuçları Tablo 23’de yer almaktadır.

Tablo 23: Kadın Girişimcilerin Kendilerini En İyi Tanımladığını Düşündükleri Kelimeye Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe
Temel Girişimcilik Nedeni	Zeki	3,55	,61	Gruplar arası	6,76		1,35	3,26	,007	Lider, dürüst
	Çalışkan	3,31	,65							
	Dürüst	3,47	,69							
	Lider	3,12	,45							
	Cesur	3,41	,77							
	Güleryüzlü	3,22	,58							
	Toplam	3,34	,65	Toplam	172,34					
Temel Girişimcilik Algısı	Zeki	4,25	,46	Gruplar arası	1,35		,27	1,08	,371	
	Çalışkan	4,26	,48							
	Dürüst	4,54	,50							
	Lider	4,64	,49							
	Cesur	4,50	,68							
	Güleryüzlü	4,38	,39							
	Toplam	4,43	,50	Toplam	102,21					
Genel Girişimcilik Algısı	Zeki	4,06	,52	Gruplar arası	7,93		1,58			
	Çalışkan	4,03	,62							

	Dürüst	3,94 ,56			4,75 ,000	Cesur, dürüst, güleryüzlü
	Lider	4,21 ,63				
	Cesur	4,42 ,48				
	Güleryüzlü	3,97 ,53				
	Toplam	3,97 ,53	Toplam	142,05		
	Zeki	3,93 ,61				
	Çalışkan	3,54 ,74	Gruplar arası	8,95	1,79	Zeki, güleryüzlü
Genel Girişimcilik Nedeni	Dürüst	3,47 ,79			3,15 ,008	
	Lider	3,61 ,86				
	Cesur	3,57 ,69				
	Güleryüzlü	3,34 ,72				
	Toplam	3,55 ,76	Toplam	235,41		

Kadın girişimcilerin kendilerini tanımlamak için seçtikleri kelimeye göre, girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucu girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Kadın girişimcilerin, “temel girişimcilik nedeni”, “genel girişimcilik algısı” ve “genel girişimcilik nedeni” faktörleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:3,26; 4,75; 3,15; p<0,05). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda kendilerini en iyi tanımlayan kelime olarak “lider” ve “dürüst” kelimelerini seçen kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Kendilerini “dürüst” olarak tanımlayan kadın girişimcilerin ($\bar{X} = 3,47$), temel girişimcilik nedenleri, kendilerini “lider” olarak tanımlayan kadın girişimcilerden ($\bar{X} = 3,12$) daha pozitif durumdadır. Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise kendilerini “cesur”,

“dürüst”, “güler yüzlü” tanımlayan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre kendisini “cesur” olarak tanımlayan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,42$) diğer gruplardan daha yüksek ve pozitif düzeydedir.

Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik nedeni” faktör grubunda ise kendilerini “zeki” ve “güler yüzlü” tanımlayan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre kendisini “zeki” olarak tanımlayan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 3,93$), kendilerini güler yüzlü olarak tanımlayan kadın girişimcilerden ($\bar{X} = 3,34$) anlamlı düzeyde daha yüksek ve pozitiftir.

Kadın girişimcilerin ruh hallerine göre girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının ANOVA testi sonuçları Tablo 24’de yer almaktadır.

Tablo 24: Kadın Girişimcilerin Ruh Hallerine Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe
Temel Girişimcilik Nedeni	Gergin	3,13	,53	Gruplar arası	19,11	3,82	9,95	,000		Gergin, huzurlu, kaderci
	Huzurlu	3,57	,65							
	Hırslı	3,43	,67							
	Mutlu	3,08	,54							
	Kaderci	2,91	,52							
	Hayalperest	3,15	,51							
	Toplam	3,34	,65	Toplam	172,34					
Temel Girişimcilik Algısı	Gergin	4,50	,52	Gruplar arası	3,94	,79	3,23	,007		Kaderci, gergin, hırslı
	Huzurlu	4,40	,44							
	Hırslı	4,51	,51							
	Mutlu	4,41	,48							
	Kaderci	4,00	,75							

	Hayalperest	4,43	,38				
	Toplam	4,43	,50	Toplam	102,21		
	Gergin	4,38	,39				
	Huzurlu	4,03	,51	Gruplar arası	8,02	1,60	Mutlu, gergin
Genel	Hırslı	4,10	,69			4,81	,000
Girişimcilik	Mutlu	3,93	,61				
Algısı	Kaderci	3,85	,34				
	Hayalperest	4,50	,23				
	Toplam	4,07	,59	Toplam	142,05		
	Gergin	3,27	,81				
	Huzurlu	3,68	,77	Gruplar arası	17,84	3,57	Hırslı, mutlu, kaderci,
Genel	Hırslı	3,73	,64			6,54	,000
Girişimcilik	Mutlu	3,32	,79				Gergin
Nedeni	Kaderci	3,02	,59				Huzurlu
	Hayalperest	3,65	,55				
	Toplam	3,55	,76	Toplam	235,41		

Kadın girişimcilerin ruh hallerine göre, girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda farklı ruh hallerine sahip girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Kadın girişimcilerin, tüm faktör düzeyleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:3,82; ,79; 1,60; 3,57; p<0,05). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda ruh halini “gergin”, “huzurlu”, “kaderci” ve “mutlu” olarak tanımlayan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Ruh halini “huzurlu” olarak tanımlayan kadın

girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 3,57$), ruh halini farklı tanımlayan kadın girişimcilerden daha pozitif durumdadır. Bulgulara göre “temel girişimcilik algısı” faktör grubunda ruh halini “kaderci” “gergin” ve “hırslı” olarak tanımlayan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Ruh halini “hırslı” olarak tanımlayan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,51$), ruh halini farklı tanımlayan kadın girişimcilerden daha pozitif durumdadır. Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise ruh hallerini “mutlu” ve “gergin” tanımlayan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre ruh halini “gergin” olarak tanımlayan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,38$), ruh hali “mutlu” olan kadınlardan ($\bar{X} = 3,93$) daha yüksek ve pozitif düzeydedir. Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik nedeni” faktör grubunda ise ruh halini “hırslı”, “mutlu”, “kaderci”, “gergin” ve “huzurlu” olarak tanımlayan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre ruh halini “hırslı” olarak tanımlayan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 3,73$) en yüksek seviyede; ruh hali “kaderci” olan kadın girişimcilerden ($\bar{X} = 3,02$) anlamlı düzeyde daha düşük seviyededir.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının **Anne Mesleklerine** göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi sonuçları Tablo 25’de yer almaktadır.

Tablo 25: Kadın Girişimcilerin Anne Mesleklerine Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe
Temel Girişimcilik Nedeni	Kamu görevlisi	3,36	,65	Gruplar arası	12,17	2,43		6,06	,000	Tüm gruplar
	Özel işletme	3,73	,65							
	Kendi işi	3,59	,47							
	Ev hanımı	3,35	,66							
	Emekli	3,00	,45							

	Diğer	2,95 ,71				
	Toplam	3,34 ,65	Toplam	172,34		
	Kamu görevlisi	4,79 ,38				
	Özel işletme	4,06 ,68	Gruplar arası	8,46	1,69	Tüm gruplar
Temel Girişimcilik Algısı	Kendi işi	4,58 ,46			7,26 ,000	
	Ev hanımı	4,41 ,47				
	Emekli	4,53 ,48				
	Diğer	4,33 ,25				
	Toplam	4,43 ,50	Toplam	102,21		
	Kamu görevlisi	4,19 ,71				
	Özel işletme	4,11 ,32	Gruplar arası	,40	,081	
Genel Girişimcilik Algısı	Kendi işi	4,08 ,38			,23 ,949	
	Ev hanımı	4,06 ,62				
	Emekli	4,05 ,50				
	Diğer	4,13 ,74				
	Toplam	4,07 ,59	Toplam	142,05		
	Kamu görevlisi	3,74 ,58				
	Özel işletme	3,88 ,54	Gruplar arası	9,21	1,84	Ev hanımı, diğer
Genel Girişimcilik Nedeni	Kendi işi	3,51 ,55			3,25 ,007	
	Ev hanımı	3,48 ,79				
	Emekli	3,55 ,77				
	Diğer	4,40 ,00				
	Toplam	3,55 ,76	Toplam	235,41		

Kadın girişimcilerin annelerinin mesleklerine göre,girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda annelerinin mesleklerine göre girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Kadın girişimcilerin,“temel girişimcilik nedeni”, “temel girişimcilik algısı” ve “genel girişimcilik algısı” faktör düzeyleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:2,43; 1,69; 1,84; p<0,05). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma nedeni ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda anne mesleğine göre tüm faktör gurubundaki kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Annesi “özel işletmeci” olan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 3,73$) en yüksek düzeydeyken; annesinin mesleği “emekli” ($\bar{X} = 3,00$) ve “diğer” ($\bar{X} = 2,95$) meslek grubu olan kadın girişimcilerde bu düzey anlamlı bir şekilde düşmektedir.

Bulgulara göre; “temel girişimcilik algısı” faktör grubunda da anne mesleğine göre tüm faktör gurubundaki kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Annesi “kamu görevlisi” olan kadın girişimcilerin ($\bar{X} = 4,79$), iş kurma ve girişimcilik algıları yüksek pozitiflik düzeyindeyken annesinin mesleği “özel işletme” ($\bar{X} = 4,06$)olan kadın girişimcilerde bu algı, anlamlı bir şekilde düşmektedir.

Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise anne mesleği “ev hanımı” ve “diğer” grubunda olan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre annesi “diğer” mesleklerde çalışan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,40$) yüksek seviyede; bu oran, annesi “ev hanımı” olan kadın girişimcilerde ($\bar{X} = 3,48$) anlamlı düzeyde daha düşük seviyededir.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının **Baba Mesleklerine** göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi sonuçları Tablo 26’de yer almaktadır.

Tablo 26: Kadın Girişimcilerin Baba Mesleklerine Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe
Temel Girişimcilik Nedeni	Kamu görevlisi	3,61	,64	Gruplar arası	20,11		4,02	10,50	,000	Tüm gruplar
	Özel işletme	3,64	,63							
	Kendi işi	3,22	,72							
	İşsiz	2,87	,25							
	Emekli	3,17	,57							
	Diğer	3,19	,53							
	Toplam	3,35	,65							
Temel Girişimcilik Algısı	Kamu görevlisi	4,29	,55	Gruplar arası	9,03		1,80	7,80	,000	Emekli, kendi işi, özel işletme
	Özel işletme	4,23	,44							
	Kendi işi	4,55	,57							
	İşsiz	4,60	,45							
	Emekli	4,54	,45							
	Diğer	4,54	,42							
	Toplam	4,44	,50							
Genel Girişimcilik Algısı	Kamu görevlisi	3,96	,53	Gruplar arası	5,29		1,05	3,09	,009	Özel işletme, kendi işi
	Özel işletme	3,96	,46							
	Kendi işi	4,26	,56							
	İşsiz	4,50	,35							
	Emekli	4,08	,66							

	Diğer	4,13 ,67				
	Toplam	4,07 ,59	Toplam	142,05		
Genel Girişimcilik Nedeni	Kamu görevlisi	3,68 ,63	Gruplar arası	7,54		
	Özel işletme	3,66 ,69			1,50	
	Kendi işi	3,46 ,68			2,63 ,023	
	İşsiz	3,26 1,09				
	Emekli	3,44 ,83				
	Diğer	3,93 ,67				
	Toplam	3,55 ,76			Toplam	235,41

Kadın girişimcilerin babalarının mesleklerine göre,girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda babalarının mesleklerine göre girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Kadın girişimcilerin,“temel girişimcilik nedeni”, “temel girişimcilik algısı” ve “genel girişimcilik algısı ” faktör düzeyleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:4,02; 1,80; 1,05; p<0,05). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma nedeni ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda baba mesleğine göre tüm faktör gurubundaki kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Babası “özel işletme” olan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 3,64$) en yüksek düzeydeyken babasının mesleği “işsiz” ($\bar{X} = 2,87$) ve “emekli” ($\bar{X} = 3,17$) meslek grubu olan kadın girişimcilerde bu düzey anlamlı bir şekilde düşmektedir. Bulgulara göre; “temel girişimcilik algısı” faktör grubunda da baba mesleği “emekli”, “kendi işi” ve “özel işletme” olan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Babası “kendi işi” ne sahip olan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,55$) yüksek pozitiflik düzeyindeyken babasının mesleği “özel

işletme” ($\bar{X} = 4,23$) olan kadın girişimcilerde bu algı, anlamlı bir şekilde düşmektedir.

Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise baba mesleği “özel işletme” ve “kendi işi” grubunda olan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre babasının “kendi işi” olan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,26$) en yüksek seviyede; bu oran, baba mesleği “özel işletme” olan kadın girişimcilerde ($\bar{X} = 3,96$) anlamlı düzeyde daha düşük seviyededir.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının **Sosyal Aktivitelere Zaman Ayırma Durumlarına** göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi sonuçları Tablo 27’de yer almaktadır.

Tablo 27: Kadın Girişimcilerin Sosyal Aktivitelere Zaman Ayırma Durumlarına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe
Temel Girişimcilik Nedeni	Hiç yok	3,08	,70	Gruplar arası	5,58		1,86	4,47	,004	Hiç yok, az, oldukça fazla
	Az	3,26	,63							
	Orta	3,34	,64							
	Oldukça fazla	3,53	,45							
	Toplam	3,34	,65							
Temel Girişimcilik Algısı	Hiç yok	4,39	,60	Gruplar arası	8,72		2,90	12,57	,000	Tüm gruplar
	Az	4,29	,41							
	Orta	4,61	,46							

	Oldukça fazla	4,63 ,33				
	Toplam	4,43 ,50	Toplam	102,21		
	Hiç yok	4,18 ,55				
Genel Girişimcilik Algısı	Az	4,10 ,70	Gruplar arası	5,39	1,79	Hiç yok, orta, oldukça fazla
	Orta	3,95 ,49				5,31 ,001
	Oldukça fazla	4,32 ,62				
	Toplam	4,07 ,59	Toplam	142,05		
	Hiç yok	3,43 ,88				
Genel Girişimcilik Nedeni	Az	3,52 ,81	Gruplar arası	4,01	1,33	
	Orta	3,57 ,64				2,32 ,075
	Oldukça fazla	3,86 ,70				
	Toplam	3,55 ,76	Toplam	235,41		

Kadın girişimcilerin sosyal aktivitelere zaman ayırma durumlarına göre, girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Kadın girişimcilerin, “temel girişimcilik nedeni”, “temel girişimcilik algısı” ve “genel girişimcilik algısı” faktör düzeyleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:1,86; 2,90; 1,79; $p < 0,05$). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma nedeni ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda sosyal aktivitelere ayırdıkları zamana göre “hiç yok”, “az” ve “oldukça fazla” faktör gurubundaki kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Sosyal aktivitelere “oldukça fazla” zaman ayırabildiğini belirten kadın girişimcilerin

ortalamları ($\bar{X} = 3,53$) en yüksek düzeydeyken sosyal aktivitelere ayrılabilen zaman azaldıkça bu oran anlamlı bir şekilde düşmektedir.

Bulgulara göre; “temel girişimcilik algısı” faktör grubunda da sosyal aktivitelere zaman ayırabilmelerine göre tüm faktör gruplarında kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Sosyal aktivitelere “oldukça fazla” zaman ayırabilen kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,63$) yüksek pozitiflik düzeyindeyken sosyal aktivitelere ayrılabilen zaman azaldıkça bu algı, anlamlı bir şekilde düşmektedir.

Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise sosyal aktivitelere ayrılan zaman dilimi “hiç yok”, “orta”, “oldukça fazla” olan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre sosyal aktivitelere “oldukça fazla” zaman ayırabilen kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,32$) en yüksek seviyede; bu oran, sosyal aktivitelere ayrılabilen zaman azaldıkça düşüş göstermektedir.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının **Doğum Yıllarına (Yaşlarına)** göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi sonuçları Tablo 28’de yer almaktadır.

Tablo 28: Kadın Girişimcilerin Doğum Yıllarına (Yaşlarına) Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe	
Temel Girişimcilik Nedeni	1950-1960 arası	3,16	,70	Gruplar arası	7,44	sd	1,48	3,60	,003	1961-1970 arası	
	1961-1970 arası	3,53	,68								
	1971-1980 arası	3,28	,65								1991-2000 arası
	1981-1990 arası	3,45	,62								
	1991-2000 arası	3,09	,59								

	2001 ve üzeri	3,62 ,00				
	Toplam	3,35 ,65	Toplam	172,34		
	1950-1960 arası	4,83 ,20				
	1961-1970 arası	4,37 ,51	Gruplar arası	7,25	1,45	1950-1960 arası
Temel Girişimcilik Algısı	1971-1980 arası	4,53 ,48			6,13 ,000	1971-1980 arası
	1981-1990 arası	4,30 ,49				1981-1990 arası
	1991-2000 arası	4,45 ,48				
	2001 ve üzeri	3,62 ,00				
	Toplam	4,44 ,50	Toplam	102,21		
	1950-1960 arası	4,33 ,84				
	1961-1970 arası	4,06 ,55	Gruplar arası	5,29	1,05	1971-1980 arası
Genel Girişimcilik Algısı	1971-1980 arası	4,16 ,63			3,11 ,009	1981-1990 arası
	1981-1990 arası	3,93 ,48				
	1991-2000 arası	4,00 ,58				
	2001 ve üzeri	4,60 ,00				
	Toplam	4,07 ,59	Toplam	142,05		
Genel Girişimcilik Nedeni	1950-1960 arası	3,91 ,69				
	1961-1970 arası	3,54 ,81	Gruplar arası	5,95	1,91	

1971-1980 arası	3,42 ,87	2,07 ,068
1981-1990 arası	3,66 ,61	
1991-2000 arası	3,57 ,58	
2001 ve üzeri	4,00 ,00	
Toplam	3,55 ,76	Toplam 235,41

Kadın girişimcilerin doğum yıllarına (yaşlarına) göre, girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Kadın girişimcilerin, “temel girişimcilik nedeni”, “temel girişimcilik algısı” ve “genel girişimcilik algısı” faktör düzeyleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:1,48; 1,45; 1,05; p<0,05). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma nedeni ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda doğum yılına (yaşına göre); 1961-1970 yılları arasında doğan girişimciler ile 1991-2000 tarihleri arasında doğan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. 1961-1970 yılları arasında doğan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 3,53$) yüksek pozitiflik düzeydeyken 1991-2000 yıllarında doğan ve daha genç olan kadın girişimcilerde bu oran ($\bar{X} = 3,09$) anlamlı bir şekilde düşmektedir. Bulgulara göre; “temel girişimcilik algısı” faktör grubunda da 1950-1960; 1971-1980 ve 1981-1990 yıllarında doğan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. 1950-1960 yıllarında doğan kadın girişimcilerin ortalaması ($\bar{X} = 4,83$) çok yüksek pozitiflik düzeyindeyken yaş gençleştikçe girişimciliğe dair algıdaki pozitif tutum, anlamlı bir şekilde düşmektedir. Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise 1971-1980 yıllarında doğan kadın girişimciler ile 1981-1990 yılları arasında doğmuş olan

kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre yaş büyüdükçe işe yönelik girişimcilik algısına verilen değer de anlamlı bir şekilde yükselmektedir.

Kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik algılarının **Yanlarında Çalıştırdıkları Çalışan Sayısına** göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi sonuçları Tablo 29’de yer almaktadır.

Tablo 29: Kadın Girişimcilerin Yanlarında Çalıştırdıkları Çalışan Sayısına Göre Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimcilik Algılarının Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Alt Boyutlar	Gruplar	\bar{x}	sd	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler sd	Kareler Ortalaması	F	p	Scheffe
Temel Girişimcilik Nedeni	1-5	3,26	,61	Gruplar arası	9,45	2,36	5,80	,000	11-15	1-5, 6-10, 11-15
	6-10	3,63	,78							
	11-15	3,66	,63							
	16-20	3,37	,86							
	21 ve üzeri	3,29	,49							
	Toplam	3,34	,65							
Temel Girişimcilik Algısı	1-5	4,44	,48	Gruplar arası	,30	,076	,30	,878	21 ve üzeri	21 ve üzeri
	6-10	4,47	,51							
	11-15	4,36	,64							
	16-20	4,31	,79							
	21 ve üzeri	4,41	,39							
	Toplam	4,43	,50							
Genel Girişimcilik Algısı	1-5	4,05	,58	Gruplar arası	5,16	1,29	3,80	,005	6-10	21 ve üzeri
	6-10	4,25	,45							
	11-15	3,96	,54							
	16-20	4,60	,46							

	21 ve üzeri	3,75 ,88				
	Toplam	4,07 ,59	Toplam	142,05		
	1-5	3,49 ,77				
	6-10	3,77 ,50	Gruplar arası	9,03	2,25	1-5,
Genel						
Girişimcilik	11-15	3,78 ,67			3,99 ,003	16-20
Nedeni	16-20	4,20 ,69				
	21 ve üzeri	3,23 1,07				
	Toplam	3,55 ,76	Toplam	235,41		

Kadın girişimcilerin yanlarında çalıştırdıkları çalışan sayısına göre,girişimci olma nedenleri ve temel girişimcilik algılarına ilişkin farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda girişimci kadınların faktör grupları arasında farklılık görülmüştür. Kadın girişimcilerin,“temel girişimcilik nedeni”, “genel girişimcilik algısı” ve “genel girişimcilik nedeni” faktör düzeyleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık olduğu tespit edilmiştir (F:2,36; 1,29; 2,25; p<0,05). Elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların girişimci olma nedeni ve girişimcilik algılarına dair farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi yapılmış ve farklılaşmanın hangi gruplar arasında anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda yanlarında çalıştırdıkları çalışan sayısı “1-5”, “6-10” ve “11-15” olan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Yanlarında “11-15” çalışanı olan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 3,66$) daha yüksek pozitiflik düzeyindeyken, yanlarında bulunan çalışan sayısı azaldıkça kadın girişimcilerde bu oran ($\bar{X} = 3,63$ ve 3,26) anlamlı bir şekilde düşmektedir. Bulgulara göre; “genel girişimcilik algısı” faktör grubunda da yanlarında çalıştırdıkları çalışan sayısı “6-10” ve “21 ve üzeri” olan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Yanlarında bulunan çalışan sayısı “6-10” olan kadın girişimcilerde ortalama ($\bar{X} = 4,25$) daha yüksek düzeydeyken; yanlarında bulunan çalışan sayısı “21 ve üzeri” olan kadın girişimcilerde bu algı anlamlı bir şekilde düşmektedir ($\bar{X} = 3,75$). Kadın

girişimcilerin “Genel Girişimcilik Nedeni” faktör grubunda ise yanlarında bulunan çalışan sayısı “1-5” ile “16-20” olan kadın girişimciler arasında farklılık saptanmıştır. Buna göre yanlarında bulunan çalışan sayısı “16-20” olan kadın girişimcilerin ortalamaları ($\bar{X} = 4,20$) anlamlı bir şekilde yüksektir.

3.4.4.Hipotez Sonuçları

Tablo 30: Araştırma Hipotez Sonuçları

H1. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, yaşıa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H2. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H3. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H4. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, çalışma süresine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H5. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, aylık gelire göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H6. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, yanlarında çalışan personel sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H7.Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, annelerinin sahip olduğu mesleğe göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H8.Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, babalarının sahip olduğu mesleğe göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H9. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, kendilerini nasıl tanımladıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H10. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, kendilerine ayırdıkları sosyal hayat zamanına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı
H11. Kadın girişimcilerin girişimcilik algısı, işinden memnun olma düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Doğrulandı

SONUÇ

Tarih boyunca kadınlar, ya üretim sürecinde bizzat yer alarak veya süreçte aktif rol alan erkeğe destek olarak toplumsal ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmuşlardır. Kadınlar, tarım öncesi toplumdaki, günümüze kadar ekonomik, teknolojik, sosyal ve endüstriyel her tür sistemin birer parçası olmuşlar ve olmaya da devam etmektedirler. Özellikle ekonomik kalkınma ve toplumsal refaha ulaşmada girişimciliğin öneminin anlaşılması, devletleri girişimciliği destekleyici politikalar belirlemeye ve kadın girişimci oranlarını yükseltmeye yöneltmiştir. Bu konuda Türkiye’de de çok önemli adımlar atılmış, kadın girişimciliği konusunda devlet teşvik ve destekleri kendini hissettirmiştir. Girişimcilik sistemi içerisinde kendilerine yer edinmeye yönelik kadınlar, kadın girişimciliğinin önündeki engelleri devlet teşvik ve desteği ile aşmaya çalışmışlardır. 1980’lerden itibaren haneye ek gelir sağlamak amacıyla daha çok küçük işletmeler kurarak girişimci olan kadınlar, eğitim seviyelerinin yükselmesiyle birlikte girişimciliği bir statü sembolü ve bir kariyer seçeneği olarak görmeye başlamışlardır. Yapılan çalışmalarda kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunmaları; genellikle ihtiyaçlarının karşılanması, ekonomi bağımsızlık ve mesleğini icra etmek ile ilişkilendirilmiştir.

Tüm ülkelerin ekonomisinde kadın girişimciliği önem kazanmakta ve kadınlara ait işletmelerin sayısı giderek artmaktadır. Kadınlar artık başkalarına bağlı çalışmak yerine kendi işletmelerini kurmaya yönelmekte ve kariyerlerine girişimcilikle devam etmek istemektedirler. Böylece, ekonomik açıdan birine bağlı olmadan kişisel ihtiyaçlarını karşılama gücünü kazanabilmektedirler. Özel çalışma sahası olarak kendi işini kurma ve sürdürme hususunda kadınların girişimci olarak iktisadi sahada yer almaları, Türkiye’de yakın zamanda gelişmeye başlayan, ancak hızla yükselme eğiliminde olan bir durumdur.

Bu araştırmanın temel amacı, kadın girişimcilerin girişimci olma nedenlerini ve girişimcilik algılarını ortaya koymaktır. Araştırmaya İzmir’de işletme kurmuş ve kendi şirketinde çalışmakta olan 438 kadın girişimci katılmıştır. Ancak analize dâhil edilen anket sayısı 408’dir. Çalışmaya katılan

408 kadın girişimcinin 143'ü (%35) bekâr ve 265'i (%65) evli olup, 212'si (%52) üniversite mezunudur. Çalışmaya katılan kadın girişimciler, çoğunlukla kendilerini “çalışkan” ve “dürüst” olarak tanımlamakta; ruh hallerini “hırslı” olarak belirtmektedirler.

Ankete katılan kadın girişimcilerin %94,1'i işinden memnun olduğunu ifade etmektedir. İşinden memnun olan kadınların tüm faktör gruplarında işinden memnun olmayanlara oranla daha pozitif algı taşıdıkları anlaşılmaktadır. Buna göre, işinden memnun olmanın, girişimcilik ve girişimci olmaya yönelik isteği ve pozitif algıyı arttırdığı söylenebilir.

Kadın girişimcilerin temel girişimci olma nedenlerine bakıldığında, “ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmek” önermesinin en yüksek ortalama sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yani kadınların girişimci olmasının en temel nedeni “ekonomik kazanç elde etmektir.” Girişimci olmayı, “enerjik olma, yeniye açık olma, uyumlu olma, azimli olma, özgüven ve sorumluluk sahibi olma, isteklerinde ısrarlı olma gibi girişimci kişilik özellikleri ile ilişkilendiren kadın girişimciler çevresel faktörleri de temel girişimci olma nedenleri arasında saymaktadırlar. Carland, Hoy, Boulton ve Carland (1984; akt. Ballı, 2017:46) kadınları girişimciliğe yönelten nedenleri büyüme, kâr veya yenilik olarak belirtmektedirler. Bunlar, doğrudan yüksek ekonomik kazançla ilişkilendirilebilir ve bu sonuçların araştırma sonuçları ile benzerlik gösterdiği kabul edilebilir.

Kadın girişimcilerin temel girişimcilik algılarına bakıldığında, katılımcıların girişimciliği yenilik ve değişimlere açık olmak; dürüst ve güvenilir olmak; etkili iletişim ve beşeri ilişkilerde uyumlu olmak ile ilişkilendirdikleri görülmektedir. Buna göre, kadın girişimcilerin, Schumpeter (1912)'den bu güne girişimciliğin genellikle yenilik (Akt. Aidis, 2003:4) ve değişim ile birlikte (Başar, 2004; akt. Erdoğan, 2007:6) ele alınmasına paralel bir girişimcilik algısına sahip oldukları söylenebilir. Yine kadın girişimcilere göre girişimcinin dürüst ve güvenilir olması gerekir. Buna göre, “üretim faktörlerini bir araya getirerek girişimi başlatan girişimcinin, üretim etmenleri sahiplerini inandırma gücüne sahip olması zorunludur” (Tosun, 1984:31) denebilir.

Kadın girişimcilerin genel girişimcilik algıları kapsamında faaliyetlerinde öğrenmeye açık olmayı; cesur olmayı; kendi fikirlerini hayata geçirmeyi ve bağımsız olmayı önemsedikleri görülmektedir. Yine genel girişimcilik nedeni başlığı altında “kendi işinin sahibi olma; başarılı girişimcileri örnek alma ve istihdam yaratma” önermeleri en yüksek değer verdikleri önermelerdir.

Ankete katılan kadın girişimcilerin %41,7’si sosyal hayata ayırdıkları zamanın “orta” düzeyde olduğunu ifade etmektedirler. Ankete katılan kadın girişimcilerin toplamda 2990 kişiyi istihdam ettiği anlaşılmaktadır. Kadın girişimcilerin %73,3’ünün, ortalama 1-5 çalışanı vardır. Bu bize kadın girişimcilerin küçük ölçekli ve az sermaye gerektiren işlere yöneldiğini göstermektedir. Bunun en büyük nedenlerinden biri, muhtemelen kadın girişimcilerin yatırımları için bulabilecekleri finansal kaynakların yetersizliğidir. Soysal (2010); Keskin(2014); Özyılmaz ve Yavuzer(2016); Barış ve Aşkın(2016)’nın daha önceki yıllarda yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin çoğunluğunun ortalama 1-5 arasında çalışana sahip oldukları anlaşılmaktadır. KAGİDER(2019)’a göre, kadın girişimcilerin kurduğu şirketlerin %56’sı 1-5 çalışanlıdır. Bu bulgu kadın girişimcilerin istihdam ettikleri eleman sayısı bakımından küçük ölçekli işletmelere sahip olduğunu göstermektedir. Bulgularımız, önceki araştırma sonuçları ile uyumludur.

Elde edilen sonuçlara göre, evli ve bekâr kadın girişimcilerin girişimciliğe atılma nedenleri ile girişimciliğe dair algıları birbirlerinden farklıdır. Evli kadın girişimcilerin genel ve temel girişimcilik nedenleri daha pozitif değere sahipken; bekâr girişimcilerin genel ve temel girişimcilik algıları daha pozitif düzeydedir. Evli olmanın girişimciliğe bir engel olmadığı anlaşılmaktadır.

Ankete katılan kadın girişimcilerin başarılı girişimcileri örnek alma oranları oldukça yüksektir. Kadın girişimcilerin %92,6’sı başarılı girişimcileri kendine örnek aldığını ifade etmektedir. Başarılı girişimcileri kendilerine örnek alma durumuna göre “temel girişimcilik nedeni” ile “genel girişimcilik nedeni” farklılık göstermektedir. Başarılı girişimcileri kendilerine örnek alan kadın

girişimcilerin hem “temel girişimcilik nedenleri” hem de “genel girişimcilik nedenleri” başarılı girişimcileri örnek almayanlara göre çok daha pozitif düzeydedir.

Araştırma sonuçlarına göre, babasının kendi işletmesi olan ve bir başkasına bağlı olmadan çalışan kadınların girişimci olmaya ve kendi işletmesini kurmaya yönelik istek ve algıları daha yüksek düzeydedir. “Temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda annesi “özel işletmeci” olan kadın girişimcilerin ortalamalarının en yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. “Temel girişimcilik algısı” faktör grubunda ise anne mesleğine göre tüm faktör gurubundaki kadın girişimciler arasında farklılık vardır. Annesi “kamu görevlisi” olan kadın girişimcilerin, girişimcilik algıları en yüksek düzeydedir.

Çalışmanın bulgularına göre yaş değişkeni açasından temel girişimcilik nedeni faktör ortalaması değerleri en yüksek grup, 1961-1970 yılları arasında doğanların grubudur. Temel girişimcilik algısında en yüksek ortalamalar 1950-1960 yılları arasında doğanları iken, genel girişimcilik nedeni ve algısında en yüksek ortalamalar 2001 ve sonrası doğan gruba aittir. Girişimciliğe ilişkin genel algıların yüksek olması, özellikle genç neslin girişimciliğe olan ilgisini göstermesi açasından değerlidir. Ancak temel girişimcilik nedenleri ve algısı açasından yaşın artmasına paralel bir biçimde ortalama değerlerin de yükselme göstermekte olduğu görölmektedir.

Bulgulara göre; “temel girişimcilik nedeni” faktör grubunda yanlarında “11-15” çalışanı olan kadın girişimcilerin ortalamaları daha yüksek pozitiflik düzeyindeyken, yanlarında bulunan çalışan sayısı azaldıkça ve arttıkça kadın girişimcilerde bu oran düşmektedir. “Genel girişimcilik algısı” faktör grubunda yanlarında çalıştırdıkları çalışan sayısı “16-20” olan kadın girişimcilerde ortalama daha yüksek düzeydeyken; yanlarında bulunan çalışan sayısı “21 ve üzeri” olan kadın girişimcilerde bu algı anlamlı bir şekilde düşmektedir. Kadın girişimcilerin “genel girişimcilik nedeni” faktör grubunda ise yanlarında bulunan çalışan sayısı “16-20” olan kadın girişimcilerin ortalamaları daha yüksektir.

Çalışmanın sonuçlarına göre Türkiye'deki kadın girişimcilerin mevcut durumlarının anlaşılıp sorunlarının giderilmesine yönelik şu öneriler geliştirilmiştir:

- Kadın girişimciliğinin, ülkelerin ekonomik ve sosyal açıdan kalkınması açısından önemi büyüktür. Kadınlara iş hayatında fırsatlar tanınır ve girişimcilikte önlerindeki engeller kaldırılırsa, başarılı olacakları ve çevrelerindeki insanlara istihdam olanağı ortaya çıkaracakları bilinmelidir. Ayrıca iş gücüne katılım; kadının toplumdaki konumunu güçlendirerek toplumların gelişmişlik düzeylerine olumlu yönde katkıda bulunur. Bundan dolayı kadın girişimciliğinin gelişmesi ve yaygınlaştırılması için gerek devletin ilgili kuruluşları gerekse sivil toplum kuruluşlarına büyük iş düşmektedir. Ayrıca yürütülecek çalışmalara yön verme ve kadın girişimci yetiştirilmesi açısından üniversitelere büyük görev düşmektedir
- Anne ve babası çalışan, kendi işinin sahibi olan kadınların girişimciliğe ve kendi işinin sahibi olmaya yönelik isteklerinin daha yüksek değerlere sahip olduğu bilinmektedir. Kız çocuklarının ilerdeki yaşamlarında girişimci olmaya ve kendi işletmesini kurmaya yönelik istek ve hayallerini destekleyici aile yapılarının oluşturulması önem arz etmektedir. Okullarda ebeveynlere yönelik meslekler arası cinsiyet ayrımının olmadığına ve kadınların da başarılı girişimciler olabileceklerine yönelik bilgilendirme seminerleri düzenlenebilir. Bu seminerlerde başarılı kadın girişimcilerin yaşam hikâyeleri örnek olarak gösterilebilir.
- Kadınlar farklı iş kollarında daha fazla rol alarak ve girişimci yönlerini geliştirerek ülke içindeki bölgesel ekonomik farklılıkların ortadan kalkmasına katkıda bulunabilirler
- Kadın girişimcilerin kendilerine ayırdıkları sosyal zamanın tatmin edici boyutta olması önemli bir konudur. Bu nedenle kadın girişimcilerin çocuk bakımı, iş takibi, evrak takibi gibi konularda pozitif ayrımcılık içeren devlet destek ve teşvikleri içeren düzenlemeler oluşturulabilir.
- İktisadi, sosyal, politik anlamda devletin kadınları girişimci olmaya teşvik edici tedbirleri arttırılabilir. Ülkemizde kadın girişimciliğinin yaygınlaştırılması adına birçok proje, çalışma ve politikalar ülke öncelikleri arasında yer

almalıdır. Kadının özgürleşmesi hayatının birçok alanına yansıtacağından ülkemizin geleceği açısından kadının ekonomik özgürlüğüne kavuşmuş bir birey olması gerekmektedir.

- Özellikle genç kadın girişimcilerin daha yaşlı girişimcilere oranla temel girişimcilik algılarının daha düşük olduğu görülmüştür. Bu nedenle genç kadın girişimcilerin korkularına, sıkıntılarına ve ihtiyaçlarına yanıt verecek organizasyonlar ve danışmanlık hizmetleri oluşturulabilir.
- Tüm girişimciler arasında hali hazırda az sayıda olan kadın girişimciliğinin Türkiye'nin her yerinde ve her kentinde desteklenmesi için ele alınması gereken birçok sorun mevcuttur (Arıkan, 2016:152-153). Türkiye'de farklı bölge ve kentlerde var olmaya çalışan kadın girişimcilerin yaşadıkları zorluklar, maruz kaldıkları mobbing ve sistemseller yükler başka bir çalışmanın konusu olarak ele alınabilir.

KAYNAKÇA

- Aidis, Ruta (2003), "Entrepreneurship and Economic Transition", **Tinbergen Institute Discussion Paper**, Amsterdam.s:1-28
- Aldrich, Howard; ZimmerCatherine,(1986).“EntrepreneurshipThroughSocial Networks,” Sexton, D. L.Smilor, R.W. (eds.), *The Art andScience of Entrepreneurship* (Cambridge, Massachusetts: Ballinger Publishing Company), , s: 3-24.
- Alpugan, O.(1996).İşletme Bilimine Giriş, Derya Kitabevi Trabzon
- Anafarta, Nilgün; Sarvan, Fulya; Yapıcı, Nuray, “Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma,” *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 15, 2008, s: 111-137.
- Andersen, Arthur, 2001’e Doğru İnsan Kaynakları Araştırması. (Çev. Faruk Türkoğlu), (1. Baskı), İstanbul: Sabah Yayıncılık, 2000.
- Arat, Necla,Sosyo Kültürel, Hukuksal Bakış ve Alternatif Öneriler, Kadınlar, Liderlik, Yöneticilik Sempozyumu, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı, 1993, s:89-94
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik: Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Arıkan, Semra, *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2004.
- Arıkan,Canan, Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi - Cilt:14 Sayı:3 (Temmuz 2016)138-156 - Doi: <http://dx.doi.org/10.11611/JMER193784>
- Arslan, Kahraman,Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler Ve Girişimcilik Eğilimleri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2002, s:1-11.

- Arslan, İ. K.& Toksoy, M. D. (2017). Türkiye’de Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler Karşılaştıkları Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 1(1), 123-148.
- Arşit, D.(2020). Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği.(Yüksek Lisans Tezi)Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Şanlıurfa
- Ascher, Jacques, “Female Entrepreneurship-An Appropriate Response to Gender Discrimination”, *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, VIII/4, 2012, s. 97-114.
- Aşkın, A. Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı Ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 55-72
- Autio, Erko; Sapienza, Harry; Almeida, James, Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity, and Imitability on International Growth. *The Academy of Management Journal*, 43(5), 2000, s: 909-924.
- Ayar, Umut, Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi ve Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,2019
- Aydın, B. Y. Örgüt Kültürü Ve Lider Üye İlişkileri Bağlamında Aile Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 2017: 28(83), 1-23.
- Aydınlık, A. (2017). Girişimcilik. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Aykan, Ebru, “Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları”. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 2002.
- Aytaç, R. (1999). Elazığ’da Girişimcilik ve Girişimci Kültür Elazığ Sanayi ve Ticaret Odasına Kayıtlı İşadamları Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme. *Basılmamış YL Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ*.

- Aytaç, Ömer, Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, Dumlupınar Üniv. Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:15, 2006,139-160, s.141
- Aytaç, Ö.& İlhan, S. (2007). Girişimcilik Ve Girişimci kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 101-120.
- Aztimur, H. (2005). GAP Bölgesinin Sosyo Ekonomik Kalkınmasında Kadın İstihdamının Yeri: Şanlıurfa Örneği/The Role Of Female Employment On Socio-Economic Development Of GAP region: Example of Şanlıurfa (Doctoral dissertation).
- Ballı, A. İ. K. (2017). Kadınların Girişimci Olma Nedenleri Ve Önlerindeki Engeller: Kadın Girişimci Adayları Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 42-63.
- Barbato, R. De Martino, R.& Jacques, P. H. “The Entrepreneurial Motivations Of Nonemployer Entrepreneurs”, *New England Journal Of Entrepreneurship*, Vol. 12, Iss. 1, Spring 2009, s: 33-44.
- Barış, S.& Aşkın, E. Ö. (2016). Tokat Yerel İşgücü Piyasasında Kadın Girişimciler: İstihdama Katılım Özellikleri ve Sorunları. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 1-20.
- Basu, Ave Virick, M. “Assessing Entrepreneurial Intentions Amongst Students: A Comparative Study”, https://www.researchgate.net/profile/Anuradha_Basu/publication/255583956_Assessing_Entrepreneurial_Intentions_Amongst_Students_A_Comparative_Study/links/5411ffb10cf2fa878ad394f0.pdf, 2008.
- Biletta, Isabella, Meixner, Marie, “EIRO thematic feature: Industrial relations and undeclared work”, *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions*, 2005.
- Blanchard, Ken, ,Waghorn, Terry, Geleceği Yönetmek, Vakit Kaybetmeden Organizasyonunuzu Dünya Standartlarına Ulaştırın. (Çev. Mehmet Özcan). Yönetim Geliştirme Merkezi Yayınları, İstanbul, 1996.

Boone, Louis E, Kurtz, David L.(2013). Çağdaş İşletme,14.Basımdan Çeviri, Çev. Edit. Azmi Yalçın, Nobel,

Bozkurt, Öznur.” Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi”Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,(2007) Cilt:1, Sayı:2. s.93-113

Bozkurt,Ç Özlem,(2011).Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, https://abs.mehmetakif.edu.tr/upload/0421_131_dosya.pdf, 2011. Detay Yayıncılık.birinci baskı

Bozkurt, Özlem Çetinkaya, Kalkan Adnan, Koyuncu, Osman, Alparslan, Ali Murat ‘Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma’Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı:15,2012/1s:229-247

Bozkurt, Çetinkaya Özlem, Alparslan Ali Murat,’Girişimcilikte Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi’Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi:2013,cilt:8(1)s:7-28

Braudel, Fernand, CivilizationandCapitalism 15th 18th centuries, Vol 2, TheWheels Of Commerce, FortanaPress, USA, 1985.

Brockhaus, R.H. Psychological and environmental factors which distinguish the successful from unsuccessful entrepreneur: A Longitudinal study. *Academy of Management Review*, 1980:5(2), 368-372.

Budak, G ve Budak, G,(2013). İşletme Yönetimi, 7.Baskı, Barış Yayınları İzmir

Can,Y ve Karataş,A, Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği:Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı,2007: 251-261<http://dergi.kmu.edu.tr/userfiles/file/mayis2007/22.pdf>

Cantor, Nancy, ConstructiveCognition, PersonalGoals, andtheSocialEmbedding of Personality. *A Psychology of Human Strength:*

- Fundamental Questions and Future Directions for a Positive Psychology*, 2003, s: 49-60.
- Carter, Nancy, Brush, Candida, Gender. *Handbook of Entrepreneurial Dynamic: The Process of Business Creation*. CA: Sage Publications, 2004, s: 12-25.
- Catley, S. and Hamilton, T.T. (1998), "Small business development and gender of owner", *Journal of Management Development*, Vol. 17 No. 1, 1998, pp. 75-82
- Chell, Elisabeth, "The Entrepreneurial Personality: A Review And Some Theoretical Developments", In Curran, J. Stanworth, J. And Watkins, D. (Eds), *The Survival Of The Small Firms, The Economics Of Survival And Entrepreneurship*, Volume:1, 1991, s: 102-58.
- Cohoon, J. McGrath; Wadhwa, Vivek; Mitchell, Lesa, "Are Successful Women Entrepreneurs Different From Men?", 2010, s. 1-12.
- Coulter, M. (2003), *Entrepreneurship in Action*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Cuervo, Alvaro, "Individual And Environmental Determinants Of Entrepreneurship", *International Entrepreneurship And Management Journal*, Vol:1, Number:3, September, 2005, s: 293-311.
- Çakmak, O. (2003). Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi. *Piyasa Dergisi*. Sayı.8 s.61- 77.
- Çakıcı, A. (2006). Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt:8. Sayı:4.
- Çelik, Cemile, Özdevecioğlu, Mahmut, Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 1. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, 2001, s: 487-498.
- Çetindamar, Dilek (2002). *Türkiye'de Girişimcilik*. İstanbul. TÜSİAD Yayınları
- Dam, Hasan, Öğrencinin Okul Başarısında Aile Faktörü, *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2008/2, c. 7, sayı: 14, 2008, s: 75-99.

- Davidoff, Leonore, Feminist Tarih Yazımında Sınıf ve Cinsiyet. Zerrin Ateşer, Selda Somoncuoğlu (Çev), İletişim Yayınları, İstanbul, 2009.
- Deane, Phylliss, İlk Sanayi İnkılabı, Tevfik Güran (Çev), Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yayınları, 2. Baskı Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 1994.
- Demir, Sevda, 'Girişimcilikte Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri' Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konular Edt. İsmail Bakan Ankara:2015s:94-120
- Demirel Erkan Turan, Tikici Mehmet, Kültürün Girişimciliğe Etkileri, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 2004, s: 49-58.
- Demirbilek, S.Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açısından İncelenmesi, Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar 2007 Cilt: 44 Sayı:511,s:12-27
- Dilsiz, İ ve Köllük, N.(2008),Meslek Yüksekokulları için Girişimcilik, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Dollinger, M. J.(1999); Entrepreneurship, Prentice Hall.
- Döm, Serpil, Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, Ankara, 2008.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. Yönetim Bilimleri Dergisi, 9 (2), 193-203.
- Durkaya, M, Hüsnüoğlu, N; "İstihdamda Eğitimin Rolü" *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Journal of Social Sciences and Humanities Researches(2018)Cilt:19, Sayı:41 s:52-70
- Durukan, Tülin "Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi". Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İbrahim Bodur Girişimcilik ve Araştırmama Merkezi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,(2006) Cilt:1, Sayı:2. s. 25-37
- Durukan, Tülin "Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,(2007) Cilt:1, Sayı:2. s. 25-39

- Dünder, S.& Veysel, A. Ğ. C. A. (2007). Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 121-142.
- Drucker, P. (1985), *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*, Harper Collins Publishers Ltd. USA.
- Dzisi, Smile, ' Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Ghana,' Faculty of Business and Enterprise, Swinburne University of Technology Doctorate Thesis, Victoria, Australia, 2008.
- Ecevit, Yıldız, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Bildiriler ve Tartışmalar. Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi. Ankara. Yayın No: 74, 1993.
- Ecevit, Y. (1993). "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Haziran, Ankara.
- Ecevit, Yıldız (2007), Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım Ankara: Uluslararası Çalışma Ofisi (ILO), 1.baskı.
- Erdemir, T(2018). Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimciliğini Etkileyen Engeller ve Fırsatlar Üzerine Bir Araştırma (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Erdoğan, Nihat, Aile İşletmeleri: Yönetim Devri ve İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi, İgiad Yayınları, İstanbul, 2007.
- Ersarı; P. (2015). Kadın Girişimcilerde Girişimcilik Özellikleri ve Liderlik Tarzlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kocaeli.

- Erzeybek, B. ve Çiftçi, E. G. (2019). Akademisyen Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerini ve Evlilik Uyumu. *Sosyal Çalışma Dergisi* Yıl: 2019, Cilt: 3, Sayı: 1, s. 61-80.
- Fuller, Nerys, *Entrepreneurship and Business A Regional Perspective*, Editors: Miguel-Angel Galindo, Joaquín Guzman, Domingo Ribeiro, 2009.
- Gerber, Michael E. *Girişimcilik Tutkusu: Küçük İşletmeler Niçin Batar, Nasıl Büyür*, Tayfur Keskin (Çev.), Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1997.
- Goffe, R. ve Scace, R. (1992). *Kadınlar İş Başında [Women are on the Job]*, Ankara: Eti Kitapevi
- Golemann, Daniel, "Sonuç Alan Liderlik," *HR İnsan Kaynakları ve Yönetimi Dergisi* Ş.Efe (Çev.), 2002.
- Gök, S. (2009). Örgüt İkliminin Çalışanların Motivasyonuna Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 587-605.
- Güleç, S. (2011). *Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi).
- Güler, D, Ulutak, N, *Aile Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Türk Toplum Yaşantısında Aile*. *Kurgu Dergisi* 1992, sayı.11. s:51-76.
- Güran, Tevfik, *İktisat Tarihi*, Acar Matbaacılık, İstanbul, 1997.
- Güney, Semra; Çetin, Aysun' *Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye'de Girişimcilik Kültürü*. H.Ü.İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi cilt:21(1),2003,s:189-210
- Güney, S; Yalçın, Ö; Çetin, A "Girişimcilik ve Kültür" *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*,(2007) Cilt:1, Sayı:2. s. 53-81.
- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayını. Birinci Baskı.

- Gürol, Mehmet Ali; MaşrapAkın,“Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın,” Bilig, 2007, s: 95-109.
- Güzel, E. Toplumsal Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık ve Medyanın Rolü. *Global Media Journal: Turkish Edition*,2014: 4(8), 185-199.
- Güzelcik, Ebru, Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1999.
- Harris Jared, Harry J. Sapienza, Norman E. Bowie, “EthicsAndEntrepreneurship”, *Journal Of Business Venturing*, 24, 2009, s: 407–418.
- Haugh, Helen, A ResearchAgendaforSocialEntrepreneurship. *Social Enterprise Journal*. 1(1), 2005, s: 1-12.
- Heyd, W.Yakın Doğu Ticaret Tarihi, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Enver Ziya Karal (Çev), Ankara, 2000.
- Hisrich, Robert D.Peters, Michael, *Entrepreneurship*. Fourth Edition. United States: TheMcGraw – HillBookCo. 1998.
- Huovinen, Jari, Hannu L.“HabitualEntrepreneurship: SituationalFactors At Different Start-Ups”, *The ICFAI UniversityJournal Of Entrepreneurship Development*, Vol. VI, No. 1, 2009, s: 6-26.
- İlter, B. (2008). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider örneği* (Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Afyon.
- İraz,Rıfat. Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobi’ler, Çizgi Kitabevi, Konya,2005
- Jalbert, S. E. (2000). *Women entrepreneurs in the global economy*, New Jersey.
- Jayakumar, A. , “Women Entrepreneurs”, *Shanlax International Journal of Management*, Volume 4, Special Issue 1, 2016, s. 1-5.

- Kagider (2019). Türkiye’de Kadın Girişimcilik Endeksi-2019 Araştırma Raporu, İstanbul: Kagider Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2000), Kültürel Psikoloji. Kültür Bağlamında İnsan ve Aile, İst: Evrim Yayınları
- Karagöz, Kadir, “Girişimcilik-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye İçin Ekonometrik Bir Analiz”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, XI/2, 2016, s.264-292.
- Karalar, Rıdvan, “İşletme Kavramı”. *Genel İşletme*. Haz. Güneş N. Berberoğlu. Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, 2001.
- Karasar, Niyazi, Müteşebbislik, Ankara, Devlet Bakanlığı, Yayın No:45, 1989
- Karasioğlu, Fehmi, Duman, Haluk,“Gelişmekte Olan Ülkelerde Girişimcilik Kültürü ve Risk Sermayesi Üzerine Bir İnceleme”. Kırgızistan–Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Dizi: 11, No: 86, 25-27. Mayıs, Bişkek, 2006, s: 149-150.
- Kaya, Ş. (2019). Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bilgi Teknolojileri Yeterliliklerine Göre Değerlendirilmesi: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği (Master's thesis, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kaygın, E. ve Güven, B. (2015). *Güçlü Kadınlar: Türkiye’de Kadının Girişimciliği*. İstanbul: Veritaş Akademi.
- Kendirli, H. Ç.& Şenöz, A. (2019). Hizmet Sektöründe Kadın Girişimciler: Çorum Araştırması. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4(1), 93-118.
- Keskin. S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. Cilt:9:1.

- Keskin, S. (2014). Ankara-İzmir-İstanbul'da İşveren Ve Kendi Hesabına Çalışan Kadınlar (Kadın Girişimciler) Ve Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8).S:166-186
- Keskin, Sevtap,'Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar' Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergi,2017(Aralık) Cilt 1 - Sayı 1 / s:64-76
- Keskin, Serkan,'Yeni Girişimcilerin Başarısızlık Nedenlerinin AnaliziKırşehir Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1) 2018, s: 147158.Retrievedfrom<https://dergipark.org.tr/en/pub/aeuiibfd/issue/38137/440292>
- Kılıçbay, Ahmet, İktisadın Prensipleri, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, Yayın No: 327, İstanbul, 1974.
- Kinay, H. F. (2006). Girişimcilik, Kalkınma Ve Rekabet İlişkisi, Kütahya'da Kobi'lerin Girişimcilik Profili (Master's thesis, Anadolu Üniversitesi).
- Kocacık, Faruk; Gökkaya, B. Veda, "Türkiye'de Çalışan Kadınlar ve Sorunları",Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, VI/1, 2005, s. 195-219.
- Koçel, Tamer(2014), İşletme Yöneticiliği,15.Baskı Beta Yayınları, İstanbul.
- KSSGM(Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü) (2000). Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyo Ekonomik ve Kültürel Boyutları, KSSGM Yayınları, 2000, s. 89-111
- Kuratko, Donald, "TheEmergence of EntrepreneurshipEducation: Development, Trends, andChallenges", *EnterpreneurshipTheoryandPractice*, 29(5), 2005, s: 577- 597.
- Kuratko, Donald, Hodgets, Richard, Entrepreneurship: A ContemporaryApproach, TheDrydenPress, Fort Worth. 1998, s: 120-150.

- Kuriloff, A. H., Hemphill, J. M. and Cloud, D. (1993).Starting and Managing The Small Business, McGraw-Hill International Editions, 3rd Edition.
- Küçük, Orhan, Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2005.
- Küçük, Orhan, *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara,2013.
- Küçük, Orhan, *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara,2017
- Langlois,G.(2000). Yirminci Yüzyıl Tarihi, Çev. Ömer Turan, Nehir Yayınları, İstanbul
- Marangoz, M. (2013). Girişimcilik. 2. Baskı. Beta Basım. İstanbul.
- Marangoz, M.(2016).Girişimcilik, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Mebroui, T.,&Mosbah, A. IslamicEntrepreneurship: IssuesandDebates. International Journal of Management and Commerce Innovations ISSN 2348-7585 (Online) Vol. 7, Issue 2, pp: (461-468), Month: October 2019 - March 2020
- Metin, Şahin; KarimanArabacı, Rabia,'Her Alandaki Kadın İstihdamının Artırılması ve Çözüm ÖnerileriKomisyon Raporu' Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Yayınları, 2013,s:1-194
- Meyer, Nanette, An InvestigationintotheDeterminants of WomenEntrepreneurship, PhDThesis, North-West University, 2009.
- McKay Robert, "WomenEntrepreneurs: Moving Beyond FamilyandFlexibility", International Journal of EntrepreneurialBehavior&Research, Volume:7, MCB Universty Pres, 2001.
- Moore, P. Dorothy (2000). " Transitions-Milestones On The Route To Success," USASBE Proceeding

- Müftüoğlu, Tamer, Türkiye’de Girişimcilik Tarihi, TOSYÖV Girişim, Sayı:8, Kasım – Aralık, 1996.
- Müftüoğlu, T, Akbulut, Y, Özsoy, A, Türkiye’de Girişimcilik Tarihi, TOSYÖV Girişim, Sayı: 8, Kasım – Aralık 1996
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004), Girişimcilik ve KOBİ’ler, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Naktiyok, A.& Kök, S. B. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 77-96.
- Narin, Müslüme, Marşap Akın, Gürol M. Ali, “Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma”. Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8 /1, 2006, s: 65-78.
- Neuman, W. Lawrence, *Social Research Methods*. 4. Basım. Boston: Allynand Bacon, 2000.
- Nişancı, Z.N,”Girişimcilik Üzerine Temel Kavramlar”:Girişim/Girişimci/Girişimcilik ‘Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konuları’ Edit. İsmail Bakan Ankara:2015,s:1-22.
- Nişancı, Z. N. (2015). Göçmen girişimcilik üzerine: Pittsburgh’daki Türk girişimciler. S:1-28.
- Nişancı, Z. N. Oğrak, A.ve Özmutaf, N. M. (2015). Amerika’da Yaşayan Türk Kökenli Girişimcilerin Girişimcilik Nitelikleri Kapsamında Algıları: PITTSBURGH Gıda Sektöründe Bir Araştırma. *Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty*, 10.s:29-44.
- Nişancı, Z.N, Güngördü, S, Ödemiş, G. 2018 “Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimciliğinin Karşılaştıkları Sorunlar.” Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yenilikçi Yaklaşımlar Cilt 2.Edt. Atilla Atik 663-684.

OECD (2004). “Women’s Entrepreneurship: Issues and Policies,” 2. OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), İstanbul: Turkey.

OECD, Report on Women Entrepreneurship Issues and Policies, İstanbul, Türkiye, 2004, s. 1-74.

Ödemiş, G. (2018). Kadın Girişimcilerin İş-Yaşam Dengesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği (Master's thesis, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Öğüt, Adem, “Türkiye’de Kadın Girişimciliğın ve Yöneticiliğın Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu”, 2006, s. 56-78.

Önce, A. G., Marangoz, M., & Erboy, N. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğın Rolü ve Önemi. In *International Conference On Eurasian Economies* (pp. 1-11).

Özdemir Yasemin, Mazgal, Sercan, “Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(1), 2012, s: 87–102.

Özdevecioğlu, Mahmut, Aktaş Aylin, “Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü,” *E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 28, 2007, s: 1-20.

Ozdil, T., Yılmaz, C., Urdaletova, A., & Tolun, B. G. (2016). Kırgızistan ve Türkiye’deki Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Konusuyla İlgili Tutum Ve Davranışları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), 137-154.

Özer, Mustafa, Biçerli, Kemal, Türkiye’de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 2003-2004, s: 55-85.

Özkaya, M. O. (2009). Kadın Girişimcilere Yönelik “Strateji Geliştirmede” Yerel yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün mü? *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(11), 56-72.

- Özmen Z. (2017), Türkiye'de kadınlara yönelik sosyal politikalar. Anadolu International Conference in Economics V, May 11-13, 2017, Eskişehir, Turkey
- Öztürk, M.D.(2016). Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi: İstanbul.
- Özyılmaz, A. M.& Yavuzer, H. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma* (Master's thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).
- Payne, Malcolm (1997); *Modern Social Work Theory, Second Edition*, Lyceum Books, Chicago.
- Pınar, A,H.Girişimcilik Türleri: Girişim/Girişimci/Girişimcilik ‘Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konuları Edt. İsmail Bakan Ankara:2015,s:50-91
- Rosenberg, Nathan ve L.E Birdzell, *Batı Nasıl Zengin Oldu-Endüstri Dünyasının Ekonomik Değişimi*, Form Yayınları, İstanbul, 1992.
- Sarri, Katerina ve Trihopoulou, Anna. (2004). Female entrepreneurs“ personal characteristics and motivation: a review of Greece situation. *Women in Management Review*, 20(1):32-33
- See, Henri, *Modern Kapitalizmin Doğuşu*, Çev. Turgut Erim, Yöneliş Yayınları, İstanbul, 2000.
- Schein, Edgar H. (1997), *Organizational Culture and Leadership*, Second Edition, SanFrancisco: Jossey-Bass Publishers.
- Sipahi, E. (1997). Türkiye’de Girişimcilik Ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul.

- Shmailan, B. A. (2016). Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*. 5.4: 1-7.
- Smith, A.(1984). Ulusların Zenginliği. Ankara: Alan Yayıncılık
- Soysal, A, Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 2010: 65 (01) ,84-114
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar Ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.
- Soysal, A, (2015),” Girişimcilik Kültürü” Girişim/Girişimci/Girişimcilik ‘Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konular Edt. İsmail Bakan Ankara:2015,s:190-220
- Stevenson, L. A.(1986), ‘Against all odds: The Entrepreneurship of Women’, Journal of Small Business Management, vol. 24, no.4, pp. 30-36.<https://www.questia.com/library/journal/1G1-4587542/against-all-odds-the-entrepreneurship-of-women>
- Sullivan, Thomas J. (2003); Introduction to Social Problems, Sixth Edition, Pearson Education, Boston.
- Şahin, Esen (2006), Kadın girişimcilik ve Konya ilinde kadın girişimcilik profili üzerine bir uygulama (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Şimşek, M.Ş.(1998), İşletme Bilimlerine Giriş, Nobel Yayıncılık.
- Şimşek, Osman, Zihniyet Açısından Türk Girişimciliğinin Sosyolojisi, Otorite Yayınları, Ocak 2008,Ankara.
- Şimşek, Şerif, Akgemci, Tahir, Çelik, Adnan, Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış. Ankara: Gazi Kitapevi, 2008.
- Şişman, Mehmet(2007).Örgütler ve Kültürler, Ankara: Pegem Yayınları,

- Tekin, Mahmut, Girişimcilik Kendi İşini Kurma ve İşletme, Konya, 1998.
- Tekin, Mahmut, Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü, Girişimcilik. Konya: Günay ve Ofset Matbaacılık, 2005.
- Tekin, Mahmut, Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği. Ankara: Günay Ofset, 2009.
- Tezel, Yahya Sezai, Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 1994.
- Tong, X. F. Tong, D. Y. K.& Loy, L. C. (2011). Factors İnfluencing Entrepreneurial İntention Among University Students. *International Journal Of Social Sciences And Humanity Studies*, 3(1), 487-496.
- Top, S. (2006), Girişimcilik Keşif Süreci, (1. Basım), Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Tosun, Kemal; İşletme Yönetimi; İstanbul,1984.
- Tosunoğlu, Burak Tuğberk, Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2003.
- Tutar, H. Ve Altıncaynak, F.(2013), Girişimcilik (Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci), Detay Yayıncılık Ankara
- TÜSİAD. Türkiye'de Girişimcilik 2002. pdf.<http://www.tusiad.org.tr/bilgi-merkezi/raporlar/turkiyede-girisimcilik/> 11.2.2019).
- Türel, şalvarcı, N, Dolmacı, N, İş Yaşamında Kadın Çalışana Yönelik Ayrımcı Bakış Açısı ve Mobing, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Aralık:2013,Cilt:2, Sayı:2 s:83-104
- Ufuk. H ve Özgen, Ö. Kadın Girişimcilerin Sosya-Kültürel ve Ekonomik Profili (Ankara Örneği), KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2000
- Üstünel, Besim, Ekonomik Temelleri, Alfa Yayın Evi, İstanbul, 1994.

- Vargas-Hernández, J. G.Noruzi, M. R.&Sariolghalam, N. (2010). An explorationoftheffects of Islamicculture on entrepreneurialbehaviors in Muslimcountries. *AsianSocialScience*, 6(5), 120.
- Vethirajan, C.;Muthukumaresan,M., “ProblemsandProspects of WomenEntrepreneurship-A Studywith Reference toRamanathapuramDistrict”, Shanlax International Journal of Management, IV/1, 2016, s. 6-16.
- Walliman, Nicholas, *SocialResearchMethods*.Sage Publications Incorporated, 2006.
- Yalçın, Aydın, İktisadiDoktrinler ve Sistemler Tarihi, Aydoğdu Ofset, Ankara, 1991.
- Yalçınkaya, Ö. (2013). Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımında Gözlenen Kayıt Dışı İstihdam Sorunu, T.C. Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı İstihdamda ve Sosyal Güvenlikte Cinsiyet Eşitliği Paneli ve Çalıştay Bildirileri, Ankara.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. Ege Akademik Bakış; Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi, 2(2), 79-92
- Yıldırım, V; (2000),Genel İşletmecilik, Değişim Yayınları, Adapazarı
- Yıldırım, S, İssizlik Sigortasıyla Kayıt Dışı İstihdamın Etkileşimi, Fırat Üniversitesi. İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: I, Sayı:1, 2017, s:1-28
- Yıldız, Sabahattin, “Türkiye’de Cam Tavan Sendromunun Varlığı Üzerine Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, VI/1, 2014, s. 72-90.
- ZahraShaker,A,Hayton, James, C.Salvato, Carlo,(2204)“Entrepreneurship in Family vs. NonFamilyFirms: A Resource-Based Analysis of theEffect of OrganizationalCulture,” *EntrepreneurshipTheoryandPractice*, 28/4, s:363-381.<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2004.00051.x>

Zimmerer, T. W. and Scarborough, N. M. (2002). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, Pearson Education, Third Edition, New Jersey, United States.

<https://www.milliyet.com.tr/gundem/kadin-girisimci-sayisi-142-bin-6161417>, erişim tarihi: 25.04.2020.

<https://izmirkadingirisimci.com/Sayfa/1-baskanin-mesaji>, erişim tarihi: 25.04.2020.

EK

EK 1: ANKET

Kadın Girişimcilerin “Girişimci Olma Nedenlerini ve Girişimciliğe İlişkin Algılarını” Belirlemeye Yönelik Anket Formu(İzmir İli Örneği)

Aşağıda İzmir Katip Çelebi Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı kapsamında uygulanmak üzere hazırlanmış anket formu bulunmaktadır. Anket, kadın girişimcilerin“girişimci olma nedenlerini ve girişimciliğe ilişkin algılarını” belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Anketi cevaplama süresi ortalama beş dakikadır. Soruları tamamıyla özgür iradeniz ve samimi duygularınızla cevapladığınız için teşekkür ederiz.

Gül Özkaya E-mail: gul_ozkaya87@hotmail.com Tlf: 05332839411

Doç.Dr. Zehra Nuray NİŞANCI E-mail:zehranuray.nisanci@ikc.edu.tr

1.Doğum yeriniz: Doğum yılınız:..... Cinsiyetiniz:..... Medeni durumunuz:.....
2.Eğitim Seviyeniz: 1()İlk-Orta 2()Lise 3() Üniversite 4()Lisans Üstü
3.Eğitim Alanınız:
4.Şu anki çalışma alanınız:.....
5.İşletmenizin kuruluş tarihi:.....
6. İşletmenizde çalışan sayısı:
7.Sizi en iyi tanımlayan kelime:1()Zeki 2()Çalışkan 3()Dürüst 4() Lider 5()Cesur 6()Güler yüzlü
8.Genel ruh haliniz: 1()Gergin 2() Huzurlu 3()Hırslı 4()Mutlu 5()Kaderci 6()Hayalperest
9.Annenizin işi:1() Kamu görevlisi 2()Özel işletme 3() Kendi işi 4()Ev hanımı 5()Emekli 6()Diğer.....
10.Babanızın işi: 1() Kamu görevlisi 2()Özel işletme 3()Kendi işi 4() İşsiz 5() Emekli 6() Diğer:.....
11.Sosyal aktivitelere ayırdığınız vakit: 1()Hiç yok 2() Az 3()Orta 4()Oldukça fazla
12. Başarılı girişimciler sizin için rol model midir: 1()Evet 2() Hayır
13. Genel olarak işinizden memnun musunuz? 1() Evet 2() Hayır

--

Önermeler		Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle
Kendi işletmemi kurmamdaki temel amaç....						
1	Ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmektir	5	4	3	2	1
2	İşletme eğitimi almış olmamdır.	5	4	3	2	1
3	İstihdam yaratmaktır	5	4	3	2	1
4	Kişilik özelliklerimin (enerjik olma, yeniye açık olma,uyumlu olma, azimli olma, özgüven ve sorumluluk sahibi, isteklerinde ısrarlıolma gibi) sonucudur	5	4	3	2	1
5	Bağımsızlık eğilimli olmamın sonucudur	5	4	3	2	1
6	Çevresel faktörlerden, pazar, hükümet politikaları, ekonomik yapı gibi faktörlerdir.	5	4	3	2	1
7	Dini inançlarım gereği ve “Rızkın onda dokuzu ticarettendir” tavsiyesidir	5	4	3	2	1
8	Başka iş bulamadığımdan, yani işsizlik nedeniyledir	5	4	3	2	1
9	Devlet ve diğer kurumların vermiş olduğu kuruluş desteklerinden yararlanmaktır	5	4	3	2	1
10	Ailemin isteğini yerine getirmektir	5	4	3	2	1
11	Babamın işletmesini/ işini devam ettirmektir	5	4	3	2	1
12	Başarılı girişimcileri örnek almamdır.	5	4	3	2	1
13	En büyük idealim olan kendi işimin sahibi olmaktır.	5	4	3	2	1
14	.Rekabet etmek ve yarışmaktır	5	4	3	2	1
	Aşağıdaki önermelere ne derece katılmaktasınız?					
15	Girişimcilik bir risktir.	5	4	3	2	1
16	Girişimcilik sermaye/para gerektirir	5	4	3	2	1
17	Girişimcilikte başarı için fırsatları değerlendirmek gerekir	5	4	3	2	1
18	Girişimcilik, farklı fikirleri hayata geçirmektir	5	4	3	2	1
19	Girişimcilikte nihai hedef genişleme ve büyümedir	5	4	3	2	1

20	Başkalarından emir almak özgürlüğü kısıtlamaktadır	5	4	3	2	1
21	Dürüst ve güvenilir olmak, verdiği sözü yerine getirmek çok önemlidir.	5	4	3	2	1
22	Ücretli çalışmaktansa kendi fikirlerini hayata geçirmek tercih edilmelidir.	5	4	3	2	1
23	Girişimcilik cesaret gerektirir.	5	4	3	2	1
24	Girişimcilikte yenilik ve değişimlere açık olmak gerekir	5	4	3	2	1
25	Girişimcilikte etkili iletişim ve beşeri ilişkilerde uyumluluk çok önemlidir	5	4	3	2	1
26	Girişimcilikte öğrenmeye açık olmak gerekir	5	4	3	2	1