

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KADINLARI GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN
NEDENLERVE GİRESUN ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bahar DOĞRAMACI

**Enstitü Anabilim Dalı : Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri
Enstitü Bilim Dalı : İnsan Kaynakları Yönetimi**

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Fatma FİDAN

MAYIS-2006

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KADINLARI GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN
NEDENLERVE GİRESUN ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bahar DOĞRAMACI

Enstitü Anabilim Dalı : Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri
Enstitü Bilim Dalı : İnsan Kaynakları Yönetimi

Bu tez .../.../2006 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.

_____ Jüri Başkan	_____ Jüri Üyesi	_____ Jüri Üyesi
Doç.Dr.Ali SEYYAR	Yrd.Doç.Dr.Rana ÖZEN KUTANIŞ	Yrd.Doç.Dr.Fatma FİDAN

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Bahar DOĞRAMACI

31.Mayıs.2006

ÖNSÖZ

Her dönemde ve her ülke ekonomisinde etkileri görülen girişimciliğin günümüzdeki anlamı, girişimcinin piyasadaki fırsatları sezme ve risk üstlenme özelliği ile ortaya çıkmaktadır.

İstihdam sağlamak girişimciliğin en büyük işlevlerinden biridir. Türkiye’de de girişimcilik önemli bir istihdam alanıdır. Ancak önemli bir girişimci potansiyeli olan kadınlar, Türkiye’de etkin olarak girişimcilik alanında kullanılamamaktadır. Bunun yanı sıra Türkiye’de var olan kadın girişimciliğinin, ABD’de yada Avrupa ülkelerindeki kadın girişimciliğinden farklı olarak çoğunlukla en büyük girişimcilik nedeni ülkenin ekonomik sorunlarından kaynaklanmaktadır. Bu anlamda Türkiye’de etkin bir kadın girişimciliğinden bahsedilememektedir.

Çalışmalarım boyunca bana yol gösterip desteğini esirgemeyen; değerli hocam Yrd. Doç Dr. Fatma FİDAN’a, çok sevdiğim aileme ve arkadaşım Hilal AKTÜRK’e, her zaman gösterdikleri sevgi, emek ve yardımları için teşekkür ediyorum.

Bahar DOĞRAMACI

31 Mayıs 2006

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ.....	iii
ŞEKİL LİSTESİ.....	iv
ÖZET	v
SUMMARY.....	vi

GİRİŞ	1
--------------------	----------

BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE TEMEL

BOYUTLARI.....	3
1.1. Girişimcilik Kavramı İle İlgili Kavramlar.....	3
1.1.1. Esnaflık.....	3
1.1.2. Tacirlik	3
1.1.3. İşletme Sahipliği	4
1.1.4. Teknisyenlik-Teknokratlık	4
1.1.5. Yöneticilik	5
1.1.6. Profesyonel Yöneticilik	5
1.1.7. Fabrika Yöneticiliği.....	6
1.1.8. Liderlik	6
1.2. Girişimciliğin Tanımı.....	6
1.3. Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	7
1.3.1. Ondokuzuncu Yüzyıl Ve Öncesi.....	7
1.3.2. Yirminci Yüzyıl	10
1.3.3. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	12
1.3.3.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem.....	12
1.3.3.2. Cumhuriyet Dönemi	13
1.4. Girişimci Düşüncenin Temelleri.....	16
1.4.1. Rekabetçi Düşünme.....	17
1.4.2. Risk Üstlenme.....	17
1.4.3. Yenilikçi Ve Yaratıcı Olma	17
1.4.4. Öncü Olma.....	18
1.5. Girişimcinin Temel İşlevleri.....	18

1.5.1. İstihdam Yaratmak	19
1.5.2. Yeni Pazarlara Ulaşmak	19
1.5.3. Yeni Mal Ve Hizmet Üretmek Veya Bilinen Mal Ve Hizmetlerin Nitelik Ve Kalitelerini Yükseltmek.....	20
1.5.4. Endüstride Yeni Organizasyonlar Kurmak.....	20
1.5.5. Hammaddelerin Ve Benzeri Maddelerin Sağlanabileceği Yeni Kaynaklar Bulmak	20
1.5.6. Sermaye Birikimi Sağlamak	20
1.5.7. Yeni Satış Yöntemleri Geliştirmek	21
1.6. Girişimcinin Temel Nitelikleri	21
1.7. Girişimcilik Türleri	23
1.8. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	26
1.8.1. Aile Ve Sosyal Çevre	26
1.8.2. Mali Çevre	27
1.8.3. Eğitim	27
1.8.4. Kültür.....	28
1.8.5. Yasal, Siyasal ve İdari Faktörler	29
1.8.6. Psikolojik Faktörler	29
BÖLÜM 2: KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ.....	30
2.1. Kadın Girişimciliği Kavramı	30
2.2. Kadın Girişimci Tipleri	31
2.3. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler	32
2.4. Türkiye’de Kadın Girişimciler	33
BÖLÜM 3: ARAŞTIRMA: GİRESUN ÖRNEĞİ	41
3.1. Araştırmanın Amacı	41
3.2. Araştırmanın Kısıtları.....	41
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	41
3.4. Araştırmanın Örneklemi.....	41
3.5. Araştırmanın Bulguları.....	42

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	52
KAYNAKLAR.....	55
EK.....	59
ÖZGEÇMİŞ.....	61

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Bazı Ülkelerde Her 100 Yetişkin İçindeki Girişimci Sayısı	15
Tablo 2: Ülkelerin Geleceği	16
Tablo 3: Cinsiyete Göre Mikro İşletmelerin Sektör Dağılımı.....	34
Tablo 4: Cinsiyete Ve Sektöre Göre Mikro Girişimcilerin Dağılımı	34
Tablo 5: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre İş Kurma Nedenleri	35
Tablo 6: Kadın Girişimcilere Ait Demografik Özellikler	42
Tablo 7: Kadın Girişimcilerin Yaş Gruplaması.....	43
Tablo 8: Kadın Girişimcilerin Girişimleri İle İlgili Özellikleri.....	43
Tablo 9: Kadın Girişimcilerin İşle İlgili Sorunları, Hedefleri, Ailelerinin Girişimcilik Durumu, Reklama ve Ortaklığa Bakış Açıları	46
Tablo 10: Kadın Girişimcilerin Neden Buldukları İş Alanını Tercih Ettikleri İle İlgili Düşünceleri	49
Tablo 11: Kadın Girişimcilerin, Kendilerini Hangi Yönde Farklı Gördükleri İle İlgili Düşünceleri.....	49

ŞEKİL LİSTESİ

- Şekil 1.** Temel Faktörlerin Belirli Bir Tür Girişimcilik Yaratma Konusunda, Birbiriyle Nasıl Etkileşim Halinde Olduğunu Gösteren Şema 25
- Şekil 2.** Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi 26

Tezin Başlığı: Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler Ve Giresun Örneği	
Tezin Yazarı: Bahar Doğramacı	Danışman: Yrd. Doç. Dr. Fatma FİDAN
Kabul Tarihi: 28/06/2006	Sayfa Sayısı: vii (ön kısım) + 59 (tez) + 2 (ek)
Anabilim dalı: Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri	Bilim dalı: İnsan Kaynakları Yönetimi
<p>Girişimci kadın; ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir veya birkaç işyeri olan, bu işyerinde işin sahibi olma sıfatıyla ortaklık kuran ve-veya tek başına ya da istihdam ettiği kişilerle çalışan, herhangi bir mal veya servisin üretimini, dağıtımını, pazarlamasını ya da satışını yapan, yaptıran, işle ilgili her türlü riski üstlenen, elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım hakkına sahip olan kadındır. Dünya genelinde ve Türkiye’de kadın girişimciliği önemli bir istihdam alanıdır. Ancak; Türkiye nüfusunun önemli bir girişimci potansiyeli olan kadınlar girişimci olarak değerlendirilememektedir.</p> <p>Bir sivil toplum kuruluşu olan KAGİDER’in verilerine göre Türkiye, tüm OECD ve Avrupa ülkeleri arasında kadın girişimci oranının en düşük olduğu ülke konumundadır. Hem işverenleri hem de kendi hesabına çalışanları girişimci olarak düşünürsek, Türkiye’de erkek girişimciler, kadın girişimcilerin 7 katıdır. Buna bir de kadınların, ailelerinin ya da yakın çevrelerinin erkek üyeleri için paravan olarak kullanılması eklenirse, kadın girişimci sayısı daha az olacaktır. Bu da; kadınların girişimci olma yolunda cinsiyetlerinden kaynaklanan engellerle karşılaştıklarını ortaya koymaktadır. Girişimciliğin genel zorlukları kadınlar için daha yoğun yaşanmaktadır.</p> <p>Çalışmada, girişimcilik ve kadın girişimciliği konusunda genel çerçeveye çizildikten sonra Giresun merkez ilde faaliyet gösteren kadın girişimciler üzerinde durulacaktır. Mülakat yöntemi kullanılarak yapılan bu araştırmada 35 kadın girişimci yer almıştır.</p> <p>Araştırmanın neticesinde; bazı işyerlerinin kadın üzerinde kayıtlı olmasına rağmen, işi yönetenin başka biri olduğu, kayıt üzerindeki kişi ile işleten kişi arasında yakın akrabalık ilişkisinin örneğin, abi-kardeş, anne-kız, amca-yeğen, karı-koca ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin çoğunluğunun ekonomik nedenlerden dolayı girişimci oldukları, girişimcilik faaliyetleriyle ilgili informel yardım aldıkları ve çoğunun eğitiminin lise seviyesinde olduğu belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin evli ve çocuklu olması, genel olarak kadınları etkilememektedir. Aynı zamanda kadın girişimcilerin çoğu orta yaş dilimindedir. Girişimciliğin doğuştan gelen bir yetenek olduğu düşüncesine araştırmaya katılan kadınların büyük çoğunluğu inanmamaktadır. İşle ilgili karşılaşılan problemin ne olduğu sorusuna çoğunluk; halkın alım gücünün düşük olması yanıtını vermiş ve Giresun halkının önemli bir geçim kaynağı olan fındığın, piyasada yaşadığı olumsuzluklardan şehirdeki tüm esnaflar gibi kadın girişimcilerin de etkilendiği saptanmıştır.</p>	
Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimci, Kadın Girişimciliği, Giresun’da Kadın Girişimciliği, Türkiye’de Kadın Girişimciliği.	

Title of the Thesis: "The Reasons Forcing Women To Become An Entrepreneur And Giresun Sample"	
Author: Bahar Doğramacı	Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Fatma FİDAN
Date: 28/06/2006	Nu. of pages: vii (pre text) + 59 (main body) + 2 (appendices)
Department: Labour Economics Subfield: Human Source Management And Industrial Relations	
<p>The entrepreneur women who has one or more office founded outside the house by the women, who works or makes partnership with others, produces, sells a good or service, takes all the risk about the job and has the right of using or investing the money that she earned.</p> <p>Woman entrepreneur is an important employment area in turkey and world. But, women who who are the most important potential entrepreneur of Turkey population is not evaluated as an entrepreneur.</p> <p>According to KAGİDER that is an civilian sociaety organization, the ratio of women entrepreneur of Turkey is low between OECD and europen cauntries. If we think both employer and who works for herself as an entrepreneur, in Turkey men entrepreneur will be more less when the women who is used dishonestly for their family and sincere relativies. Women encounter with handicap that stems from their sex in the way of being an entrepreneur.</p> <p>In this study, after the general frame is drawn about entrepreneur and women entrepreneur, it is emphasized on the women entrepreneur who enterprise in the centrel Giresun. 35 women entrepreneur was used in this interview.</p> <p>The result of the survey showed that although the some offices registered on the women the manager is another person like sister-brother, mother-daughter, uncles-cousin, wife-husband. Most of the women was become entrepreneur because of the economic reasons and get informal help about entrepreneurship and most of them graduated from high scholl. Generally, the child and being married do not effect the women entrepreneurs. Meanwhile the women entrepreneurs are at mit ages. Majority sad that the purchase power of people is low and the hazelnut that is the living sourece of Giresun people having negativeness in the market effects women entrepreneur as the other tradesmen.</p>	
Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Women Entrepreneur, Women Entrepreneur in Giresun , Women Entrepreneur in Turkey	

GİRİŞ

Tarihin ilk dönemlerinden itibaren insanların, yaşamak ve ihtiyaçlarını karşılamak için yaptığı her faaliyet aslında basitçe girişim olarak nitelendirilebilir. İlk dönem insanların bu faaliyetleri yalnızca hayatta kalabilmek için yaptığı daha sonra batılı insanın ise hep daha fazlasını istemesi, aldığını olabildiğince biriktirmek istediği bilinmektedir. Batı kültüründen ve insan değerlerinden kaynaklanan bu farklılık, üretim, ticaret iş örgütleri gibi birçok kurumun hiçbirinin batıdaki düzeyine gelememiş olmasında da etkilidir.

Dünyanın diğer bölgelerinde olmayan; girişimcilik ruhunun ana dinamiği sürekli kazanma isteği ve kararlılığıdır. Geri kalmış ülkelerde girişimcilik; bir mecburiyet ve sefaletten kurtulma olarak görülmektedir. Dolayısıyla ekonomik kalkınmada önemli bir yere sahip olan girişimciliğin kültür ve eğitim, aile, sosyal ve mali çevre, yasal, siyasal ve idari faktörler ve psikolojik faktörler gibi birçok faktörün etkilediğini söylemek yerinde olacaktır.

Yapılan araştırmalarda, ülkemizin yeni kurulan şirket sayıları açısından kötü bir performans sergilediği görülmektedir. Türkiye nüfusunun önemli bir potansiyeli olan kadınlar da girişimci olarak değerlendirilememektedir. Tüm işverenler arasında kadın işveren oranı çok düşüktür. Kadın girişimcilere bakıldığında kadınların, sektöre giriş kolaylığı, daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle genellikle, hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Ancak varolan kadın girişimciliğinin büyük bir bölümü de girişimciliğin genel karakteristik özelliklerini taşımamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik kavramının, tanım olarak ve tarihsel gelişim içinde hem genel hem de Türkiye tarihi açısından ele alınmış, girişimciliğin temel işlevleri üzerinde durularak, girişimcinin temel özellikleri, girişim biçimleri ve girişimciliği etkileyen faktörler üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın ikinci bölümünde, kadın girişimciliği ile ilgili tanımlar ele alınarak, girişimci tipleri ile ilgili değişik düşüncelere yer verilmiş, kadınları girişimciliğe yönlüten nedenler üzerinde durularak, Türkiye'deki kadın girişimciler ile ilgili bazı verilere değinilmiştir.

Üçüncü bölümde Giresun merkez ilde 35 kadın girişimci ile görüşülerek konuyla ilgili inceleme yapılmıştır.

Çalışmanın Amacı

Girişimciler, içinde yaşadıkları sosyo ekonomik ortamın ürünü oldukları için, aile ve sosyal çevre, mali çevre, eğitim, kültür, yasal, siyasal ve idari faktörlerden etkilenirler. Dolayısıyla, toplumdaki insanları girişimciliğe yönelten nedenler de farklılık göstermektedir. Bu durum; kadınları, girişimci olmaya yönelten nedenlerde de kendini göstermektedir. Bu çalışmada, kadınları girişimci olmaya yönelten nedenler üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın Önemi

Kadınları, girişimci olmaya hangi nedenlerin yönelttiğinin doğru şekilde saptanmasıyla, kadınların bu alanda karşılaştıkları sorunlar net olarak ortaya çıkacak, sorunların ortadan kaldırılabilmesi için alınacak önlem ve uygulanacak strateji daha etkin sonuçlar verecektir.

Çalışmanın Metodolojisi

Bu çalışmanın hazırlanmasında, konu ile ilgili çeşitli kitap ve makalelerden yararlanılmıştır. Çalışmada yer alan araştırma, mülakat yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, KAPSAMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE TEMEL BOYUTLARI

1.1. Girişimcilik Kavramı İle İlgili Kavramlar

Yönetim bilimi literatüründe çoğu kez yönetici (manager), icracı (executive), idareci (administrator), girişimci (entrepreneur) ve işadamı (businessman) terimlerinin aynı anlamda kullanıldıklarına rastlanmaktadır. Girişimcilik kavramına yer vermeden önce girişimcilik ile ilişkilendirilebilecek bir takım kavramlara yer vermek yerinde olacaktır (Çelik ve Akgemci, 1998:7).

Girişimcilik ile ilgili kavramlar; esnaflık, tacirlik, işletme sahipliği, teknisyenlik-teknotratlık, yöneticilik, profesyonel yöneticilik, fabrika yöneticiliği ve liderlik şeklindedir (Tutar ve Küçük, 2003:163).

Girişimcilik ile ilgili kavramların tanımlanmasından önce önemli bir hususun belirtilmesinde yarar vardır. O da, bilgi toplumu girişimcilerinin işletme sahip veya ortaklığının yanı sıra, teknisyenlik-teknotratlık, profesyonel yöneticilik ve liderlik (önderlik) gibi özelliklerin tamamı veya bir kısmına aynı anda sahip olabilecekleri gerçeğidir (Çelik ve Akgemci, 1998:7).

1.1.1. Esnaflık

Esnaf, tacir sıfatını kazanacak kadar sermayesi olmayan ve geliri daha çok emeğine dayanan, bağımsız olarak çalışan kişi şeklinde tanımlanabilmektedir. Başka bir tanıma göre esnaf, iktisadi faaliyeti nakdi sermayeden ziyade bedeni çalışmaya dayanan ve yıllık gayri safi geliri yasal çerçevede belirlenen miktarı aşmayan kişidir (Çelik ve Akgemci, 1998:7). Esnaf tacirle işgören arasında bir konuma sahiptir. Yetersiz de olsa sermayesinin olması ve bağımsız olarak çalışması bakımından daha çok tacire benzer (Tutar ve Küçük, 2003:164).

1.1.2. Tacirlik

Bir ticari işletmeyi kısmen de olsa kendi adına işleten kimseye tacir denir. Bir bireyin tacir sayılabilmesi için gerekli olan hususlar şunlardır;

-Ortada ticari bir işletmenin olması,

-Bir ticari işletmenin kısmen de olsa işletilmesi,

-İşletme faaliyetlerinin kendi adına olması.

Bunların yanısıra birey, bir ticari işletmeyi kurup açtığını; sirküler, gazete, radyo, ilanlar vasıtasıyla halka bildirdiği halde fiilen işletmeye başlamamış olsa veya ticaret siciline kaydettirerek durumu ilan ettiği halde, işletmeye başlamamış olsa bile tacir sayılır (Tutar ve Küçük, 2003:164).

1.1.3. İşletme Sahipliği

İşletme sahibi olmanın göstergesi, işletmenin mülkiyetine sahip olmaktır. Doğal olarak herhangi bir işletmenin mülkiyetine sahip olan her kişi işletme sahibidir (Çelik ve Akgemci, 1998:9). Küçük işletmelerde işletme sahipliği, yöneticilik ve girişimcilik aynı kişide bütünleşmektedir. Bu durum küçük işletmeler için doğal karşılanmalıdır. Zira işletme sahibi varlığını ortaya koyup tüm riski üstlenen kişi olarak işletmenin mülkiyetine sahip olan kişi olacaktır. Ayrıca küçük işletmelerin profesyonel bir yöneticiye teslim edilmesi, psikolojik engellerin de ötesinde, ölçek ekonomilerin bir gereği olarak mali ve ekonomik bakımdan da mümkün olamamaktadır. Kısaca girişimciliğin kaynağı olarak kabul edebileceğimiz küçük işletmelerde girişimcilik, yöneticilik ve işletme sahipliğinin aynı kişide bütünleşmesi adeta bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada özellikle para sahipliği ile girişimcilik olgusunun birbirlerinden ayrılması, girişimciliğin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu husus bilgi toplumunda daha da önem kazanacak olan girişimcilikte etkinliğin artırılması yollarından biridir. Zira para sahibi insanların aynı zamanda girişimcilik niteliklerini de taşıması ancak tesadüfen mümkün olabilecek bir durumdur. Ayrıca bu tesadüfün gerçekleşme derecesinin çok düşük olduğunun belirtilmesi de yerinde olur (Akmüt ve diğ., 2003:440-441).

1.1.4. Teknisyenlik-Teknokratlık

Teknisyen veya teknokratlığa; “birşeyin doğru yapılmasını istiyorsan, kendin yap” ilkesi yön vermektedir. Teknisyene göre işlerin hayal edilmesi değil, yapılması gerekir. Bir işin herhangi bir teknisyenin gözünde bir değer taşıması

için, fikir aşamasından, uygulama aşamasına doğru bir seyir izlemesi gerekir (Çelik ve Akgemci, 1998:9).

Girişimci gelecekte, yönetici geçmişte yaşarken, teknisyen günümüzde yaşamaktadır (Gerber, 1996:27). Tipik bir küçük işletme sahibinde ancak yüzde 10 Girişimci, yüzde 20 Yönetici ve yüzde 70 Teknisyen ruhu bulunmaktadır (Gerber,1996:29).

İşletmeyi idare eden teknisyenin isteği, büyüme veya değişme değil, bunun tam tersidir. Teknisyen çalışmak için gideceği bir yer; istediği herşeyi dilediği zaman, patronun kısıtlamaları olmadan yapacağı bir yer ister (Gerber, 1996:35). Fakat, teknisyenin bu istekleri işletmeyi başarısızlığa götürebilir. Çünkü; bir işletmede girişimci, yönetici ve teknisyen koordineli bir şekilde çalıştıkları sürece olumlu sonuçlar ortaya çıkarabilirler (Çelik ve Akgemci, 1998:9).

1.1.5. Yöneticilik

Kar ve riski başkalarının olmak üzere, mal ve hizmet ortaya koymak için üretim faktörlerini bulan, bir araya getiren ve bu amaçla çalışanlara yön veren kişiye “yönetici” denir (Sabuncuoğlu ve Tokel, 2001:4). Yönetici, işletmenin ve/veya girişimin sahibine ve/veya sahipleri adına çalıştığı için, başkalarının belirlediği işletme amaçlarına ulaşmak zorundadır (Alpugan ve diğ., 1997:12).

1.1.6. Profesyonel Yöneticilik

“Profesyonel Yönetici” olarak adlandırılan bu kimseler, yönetim işini kendilerine meslek edinerek işletmenin sahibi haline gelmeden girişimcinin yaptığı her işi yapan ve bu hizmetleri karşılığında aylık alan kimselerdir. Profesyonel yöneticiler her ne kadar belirli bir ücret karşılığında çalışıyorsa da verdikleri kararlar, işletmenin sahiplerinin –hissedarlarının- ne kadar kar payı alacaklarından, tüketicilerin ne fiyat ödeyeceğine, çalışanların ne miktar gelir elde edeceklerine ve üretim miktarı ile istihdam seviyesinin –hem kendi işletmeleri için, hem genel ekonomi için- ne miktar olacağına kadar geniş bir alanı kapsamaktadır (Koçel, 2003:22).

Gelişen ekonomilerde, yönetim fonksiyonlarının daha karmaşık ve uzmanlık isteyen bir hale gelmesiyle işletme sahiplerinin yöneticilik görevini etkin bir şekilde yapmakta yetersiz kaldıkları görülmektedir. Zaten işletmelerin ulaştıkları büyüklükler, işletme sahiplerini profesyonel yönetici istihdam etmek gibi bilinçli bir tercihe zorlamaktadır. Ancak küçük işletmelerde işletmenin sahiplerinin yönetici olarak da çalıştıkları sıkça görülmektedir (Çelik ve Akgemci, 1998:11).

1.1.7. Fabrika Yöneticiliği

Fabrika yöneticiliği; fabrika tipolojisi, personel kalitesi, rekabet, fabrika büyüklüğü, fabrika ömrü, otomatizasyon derecesi, mamul çeşitliliği gibi fabrikada mevcut olan sorunlarla ilgilidir (Tutar ve Küçük, 2003:165).

1.1.8. Liderlik (Önderlik)

Liderlik, belirli şartlar altında kişisel veya grup amaçları gerçekleştirmek üzere bir kimsenin başkalarının faaliyetlerini etkilemesi ve yönlendirmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Lider ise başkalarını belirli amaçlar doğrultusunda davranışa sevkeden kişidir (Efe, 1999:7).

1.2. Girişimciliğin Tanımı

Girişim (teşebbüs) belirli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip kuruluş olarak tanımlanabilir. İşletme daha çok bir fabrika, satış mağazası gibi mal veya hizmet üreten ya da pazarlayan teknik bir birim, girişim ise hukuksal, ekonomik ve finansal bir kuruluş olarak tanımlanabilir. Örneğin, Koç Holding bir girişim, Arçelik buzdolabı fabrikası ise bir işletmedir (Sabuncuoğlu ve Tokel, 2001:4).

Girişimin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Tutar ve Küçük, 2003):

-Girişimin amacı; kazanç veya yarar sağlamaktır.

-Girişim; ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir veya fonlar sağlar. Bu özellik girişim olmanın zorunlu unsurudur.

-Girişimin üç temel işlevi; üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli fonların sağlanması olan finansmandır.

-Girişim; hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir kişiliğe sahiptir. Çalışmalarını bu kişilik altında yürütür, haklara sahip olur ve yükümlülükler üstlenir.

-Girişim; finansal bir birimdir. Girişimin kendisine ilişkin varlıkları ve bunları karşıladığı öz ve yabancı kaynakları bulunur.

-Girişim; insan ve materyalden oluşan bir örgüttür ve bu örgüt devamlılık gösterir.

Girişimci için türlü tanımların yapıldığı bilinmektedir. Kimilerine göre girişimci; kar sağlamak amacıyla, riski üstüne alarak, başkalarının gereksinmelerini karşılamak üzere ekonomik mal ve hizmet ortaya koymak için üretim öğelerinin alımını ve birleştirilmesi olanaklarını sağlayan kimsedir. Bir başka tanıma göre; girişimci, toplumun gereksinme duyduğu, dolayısıyla talep olunabilir bir malı veya hizmeti bulup onu üretmeye girişen ve yaratıcılığıyla buna ön ayak olan olarak tanımlanabilir (Alpugan ve diğ., 1997:11-12). Kendisi de bir üretim faktörüdür (Mucuk, 2003:6). Bu tanımların hemen hepsinde ortak olan noktalar vardır. O da, girişimcinin daima 'başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürebilmesi' ve bir de 'risk almaya yatkınlığı'dır (Titiz, 1994:3).

Küçük işletmelerde girişimcinin rolü, büyük işletmelere göre daha belirgindir. Çünkü küçük işletmelerde girişimci, işletmesinde fiili olarak çalışan, satış yapan, personeliyle ilgilenen özetle üretim faaliyetinin içerisinde işletmeyi idare eden kişidir. Halbuki büyük işletmelerde, işletme sahibi dışında yönetici, uzman ve danışmanlar, alınan kararlarda büyük ölçüde söz sahibidirler.yani girişimcinin yeri ücretli yönetici, uzman personel gibi ilgililerle doldurulmuştur. Halbuki küçük işletmelerde böyle bir uzmanlaşmaya işletmenin finansal yapısı fırsat tanımadığı gibi, girişimciler de genellikle kendi işletmelerinin başında olmayı isterler (Tutar ve Küçük, 2003:163).

Girişimcilik her ne pahasına olursa olsun para kazanmak değildir. Dolayısıyla bir girişim sonucu kazanılan para, nasıl ve hangi yollardan kazanıldığı göz önünde tutulmadan, tek başına girişimin ölçütü olarak değerlendirilmemelidir. Zira başarılı girişimci, devlete veya başka ekonomik birimlere ait geliri, gerekli külfete katlanmadan, çeşitli yollardan kendisine transfer edebilme becerisini gösteren kimseler değildir. Tam tersine başarılı girişimci ekonomik değerler yaratarak para kazanan kimsedir (Çelik ve Akgemci, 1998:20)

1.3.Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi

1.3.1. Ondokuzuncu Yüzyıl Ve Öncesi

Girişimciliğin tarihi, neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir. İlkçağlardan beri, insanların sayısız gereksinmelerini karşılamak için üretim faaliyetleri gerçekleştirilmiş bu da girişimciliği ortaya çıkarmıştır (Dolgun, 2003:9).

İlk dönemlerde tüccarlar, kervan yolları ile deniz yollarının bulunması ve gelişimi sonucunda, uzun mesafeli ticaretin gelişimine paralel olarak girişimcilik faaliyetlerine başlamışlardır. Bu faaliyetler içinde, girişimciliğin özelliklerini oluşturan (kar beklentisi ve risk alma, talep olan ürünleri pazara sunma, hukuki ve finansal açıdan ticari işlemler gerçekleştirme gibi) tüm ekonomik etkenlerin sözkonusu olduğu görülür (Dolgun, 2003:9).

Bu dönemde girişimcilikle ilgili olarak gerçek anlamdaki ilk örnek bir tür “aracı” olan ve uzak doğu ile ticaret yolları geliştirmeye çalıştıran Marco Polo’dur. Marco Polo parası olan insanların mallarını satmak üzere anlaşmalar yapmıştır. Bu olay ise günümüz “risk sermayesi” nin ilk örneğidir. O zamanki genel anlaşma sigorta bedeli dahil %25’ e yakın bir faiz oranı ile maceraperest-tüccara sermaye sağlamak şeklindeydi. Bu anlaşmada sermayedar pasif risk taşıyıcıyken maceraperest-tüccar fiziksel ve ekonomik tüm riskleri üstlenen aktif bir rol almaktaydı. Maceraperest-tüccar başarılı bir şekilde malları satıp geziyi bitirdiğinde sermayedar karın %75’e kadar olan bir kısmını, maceraperest-tüccar ise %25 civarındaki kısmını alıyordu (Bull, 1996:123).

Orta Çağlarda girişimci kavramı hem yönetici hem de çalışan olarak büyük ölçekli üretim projelerini yöneten kişi için kullanılmaktaydı. Böyle büyük üretim projelerinde

bireyler riskleri üstlenmemekte, genellikle devlet tarafından sağlanan kaynaklarla projeyi yürütmekteydiler (MacMillan ve Katz, 1992). Orta Çağın girişimcileri şato, manastır, katedral ve diğer büyük mimari yapıların sorumlu olan rahiplerdi (Arıkan, 2004:3).

17. yüzyılda girişimci, bir hizmet sunmak ya da taahhüt edilen bir malı üretmek üzere hükümetle sözleşme yapan kişiydi. Yapılan bu sözleşmede yer alan fiyat sabit olduğundan kar ya da zarar girişimciye aittir. Bu dönemin girişimcilerinden birisi John Low'dır. John Low çok büyük bir banka kurma izni almış olan bir girişimciydi. John Low'un yanısıra girişimcilik literatürüne ve uygulamalarına katkıda bulunan pek çok kişi mevcuttur (Arıkan, 2004:4).

Bu kişilerin katkıları kısaca şu şekildedir:

18. yüzyılda Fransa'da yaşayan İrlanda asıllı R. Contillon "girişimci kavramını" ekonomi bağlamında kullanan ilk kişidir (İraz, 2005:153). Geleceğin bugünden tam olarak bilinmeyişi nedeniyle geliri risk içeren aktörü büyük bir titizlikle mercek altına alan Contillon, girişimciliğin risk alma ya da risk üstlenme vasfını ortaya çıkarmaktaydı (Alada, 2001).

Contillon'a göre girişimci, gelirlerin belirsiz, harcamaların ise belirli olduğu koşullar içerisinde faaliyet gösteren kişidir. Gelirin belirsiz olma nedeni; gelecekteki pazar talebini gerçekçi bir biçimde öngörmenin imkansızlığıdır. Bu anlamda "gelir" satışlardan elde edilen gelirdir (Arıkan, 2004:4). Contillon'a göre girişimciden, mevcut talepten farklı bir talep yaratması beklenemez ve bu anlamda girişimci O'na göre "yenilikçi" biri değildir.

19. yüzyılda Jean Baptise Say, hem kapitalist yani sermayedar ile yönetim, işletmecilik, denetim, karar alma gibi girişimcilik-idarecilik işlevlerini birbirinden ayırmış, hem de girişimcinin kazancı olan karın, "üretimin iyi ya da kötü şanslarının peşinen kabul edilerek" ortaya çıktığını ileri sürmüştür (İraz, 2005:154).

Fransız iktisatçı Say'dan itibaren girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak genel kabul görmüştür. Böylece klasik üretim faktörleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerine girişimcilik de dahil edilmiştir (Müftüoğlu, 2004:6).

Say' a göre girişimci firma içersinde hem koordinatör hem de lider ve yönetici rollerini üstlenir. Say bu bağlamda, girişimcinin yönetsel rolünü ilk vurgulayan iktisatçı olarak tarihe geçmiştir (Arıkan, 2004:5).

Bunun yanı sıra Say sermayedar ile girişimci arasında önemli bir ayırmda bulunmuştur. Say' a göre sermayedar; para verip finansal bir risk alan kişidir. Fakat bu tanım sermayedarın bir girişimci olmasını gerekli kılmamaktadır.

Say; girişimciyi yeni bir refah yaratacak şekilde üretim faktörlerini uyumlu bir biçimde bir araya getiren kişi olarak görür. Girişimci hem risk alanın hem de yöneticinin özelliklerini bir araya getirir (Arıkan, 2004:5).

1.3.2. Yirminci Yüzyıl

20. yüzyılın başında Joseph Schumpeter isimli Avusturyalı ekonomist "The Theory Of Economic Development" isimli eseri ile girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini atmıştır (İraz, 2005:154).

Sshumpeter' in teorisi yenilik kavramına özel bir önem verir ve yeniliği iktisadi sistemin ana kuvveti olarak kabul eder (Arıkan, 2004:7). Burada yeni tedarik kaynakları, yeni satış piyasaları, yeni ürünler, yeni süreçler ve yeni organizasyon şekillerini uygulayarak eskiyi yeni ile ikame eden, kısaca sürekli bir innovasyon (yenilik) süreci içinde eskiyi terkedip daha etkin yeni yolları ve yöntemleri devreye sokarak (yıkıcı yaratıcılık) yaşayan dinamik girişimciler ekonomik büyümenin en önemli aktörü olarak ortaya konmaktadır (Müftüoğlu, 2004:6). Schumpeter'in başlatmış olduğu girişimcilik teorisi aslında yeni bir ekonomik modelin parçası olarak düşünülmüştür. Ancak bu modeli oluşturmayı Schumpeter ve sonraki ekonomistler de başaramamışlardır. Bununla birlikte Schumpeter'in görüşleri günümüzün girişimcilik çalışmalarının çıkış noktasıdır (Müftüoğlu ve diğ., 2004:132).

Schumpeter'in fikirlerinden yola çıkan Israel M. Krizner, girişimciyi, başkalarının görmediği şeyleri anlayan ve bu sezgiye göre hareket eden kişi olarak görür (İraz, 2005:156). Girişimcinin özel bir yeteneğe ya da kişiliğe ihtiyacı yoktur (Arıkan, 2004:12).

Girişimcilik kavramının popülerliği 1980’lerden sonra artmaya başlamıştır. 1980’lerde Amerika’da daha muhafazakar politik güçlerin hakim olmaya başlaması ile Avrupa’da sorumluluk, kendine güven ve gelişmede önemli bir rol oynayacak özel sektör üzerine güçlü vurgular yapılmaya başlanmıştır. Bu durum pek çok ÷lke için “büyümenin motoru” olarak küçük işletmelerin rolünü arttırmıştır. Bu eğilim ile birlikte girişimciliğe duyulan ilgi de yenilenmiştir. Öte yandan 1990’larda Avrupa ve Sovyet Rusyasındaki komünist bloğun yıkılması, Çin ve Vietnam’ın dışa açılması, dünya geneline geri dönüşler ve yüksek işsizlik oranlarının ortaya çıkması girişimciliğin önemini daha da arttırmıştır. ABD ve Avrupa Topluluğu ÷lkelerinde çok önemli teşvik araçları kullanılmış ve bu ÷lkelerde girişimcilik çok yaygınlaşmıştır (İraz, 2005:156-157).

20. yüzyılda girişimcilik kavramının daha iyi anlaşılmasını gerektiren aşağıdaki ekonomik gelişmelerin görülmesi de önemlidir:

- 1998’in sonunda İngiltere hükümetinin yayınladığı “Rekabetçi Geleceğimiz: Bilgiye Dayalı Ekonominin İnşaası” adlı eserde girişimciliği geliştirecek bir dizi önceliklere dikkat çekilmiştir.
- Almanya’da yeni işletmelere finansal destek sağlanması için artan oranda programlar uygulamaya konulmaktadır. Bunlar işletmenin kuruluş aşamasının kolaylaştırılması ve kadın katılımının sağlanması şeklinde de ortaya çıkmaktadır. Son 10 yıl içersinde yaklaşık olarak 200 yenilik merkezi başlangıç aşamasında olan işletmelere yer ve diğer kaynakların sağlanması için kurulmuştur.
- Finlandiya’da 1995 yılında “On Yıllık Girişimcilik Programı” adında bir program Finlandiya Sanayi ve Ticaret Bakanlığı önderliğinde başlatılmıştır. Bu programın amacı da bireysel girişimcileri tek bir şemsiye altında toplayacak üç temel alandan oluşmaktadır.
 - Girişimci bir toplumun yaratılması
 - İstihdam kaynağı olarak girişimciliğin özendirilmesi
 - Yeni işletmelerin büyümesinin özendirilmesi

- İsrail’de özellikle göçmenlerin uyumunun sağlanması amacıyla küçük işletmelerle ilgili olarak Teknolojik İnkübatörler Programı tarafından önlemler alınmıştır. 26 İnkübatörde 500’den fazla işletme kurulmuştur. Küçük İşletmeler Kurumu 1994’te güçlü bir eğitim altyapısıyla, danışma merkezleri ve finansal kaynaklarla donatılarak kurulmuştur. Bunlara ek olarak risk sermayesinde büyük patlama olmuş ve şu anda 100’den fazla İsrail kuruluşu NASDAQ’a kote olmuş duruma gelmiştir.
- Fransa’da girişimciliğin geliştirilmesiyle ilgili olarak özellikle mühendislik öğrencilerine yönelik şekilde girişimcilik eğitimi yürütülmektedir. Üniversitelere bağlı inkübatörler yaratılmakta, yüksek teknolojiye dayalı işletmelerin kurulması için ulusal rekabet oluşturulmaktadır. Ayrıca Girişimcilik Akademisi Vakfı kurulmuştur (Tosunoğlu, 2003:11-13).

1.3.3. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

1.3.3.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem

Türk girişimciliği açısından, Cumhuriyet öncesi dönem kapsamında, Osmanlı İmparatorluğu, ve daha da geriye gidilirse Selçuklu Devleti dönemi sözkonusu edilebilir. O dönemlerde önemli bir yeri olan ahilik teşkilatına dayalı Türk girişimciliği, sanayi devrimi ve sonrasında hızla artış gösteren kitle üretimi ve sosyo-ekonomik gelişmelere ayak uydurmakta güçlük çekmiştir (Tutar ve Küçük, 2003:168).

Ahi birlikleri her kurum gibi belli bir ihtiyacı karşılama amacı ile kurulmuştur. En geniş anlatımla Ahi birliklerinin kuruluş amacı; Orta Asya’dan Anadolu’ya göç eden Türkmenler arasında yer alan çok sayıdaki sanatkarlara kolayca iş bulmak, bu kişilerin Anadolu’daki yerli Bizans sanatkarları ile rekabet edebilmesini sağlamak, piyasada tutunabilmek için yapılan malların kalitesini korumak, üretimi ihtiyaca göre ayarlamak, sanatkarlarda sanat ahlakını yerleştirmek, Türk halkını ekonomik olarak bağımsız hale getirmek, ihtiyaç sahibi olanlara her alanda yardımcı olmak, ülkeye yapılacak saldırılarda devletin silahlı kuvvetleri yanında ülkeyi savunmak ve yerleşim bölgelerinde Türk-İslam kültürünü yaymak şeklinde tanımlanabilir (TESOB, 2000:9).

Ahi birliklerinin iç dünyasına bakıldığında, orada, göçebe toplum yapılarına özgü kapalı topluluk ruhunun taşıdığı değerleri tek tek tanımak olanaklıdır.

Bu değerler;

-Dayanışma gereksiniminden doğan birbirini kollama ve yardımlaşma

-Dış etkenlere ve tehlikelere karşı topluca karşı çıkma

-Kendilerine sığınanlara ve muhtaç olanlara din ve ırk farkı gözetmeksizin kapılarını açma olarak sıralanabilir (Tezcan, 1999:284).

Osmanlıların kuruluş ve yükselme dönemlerinde bu örgütün askeri ve politik bakımdan da etkili olduğu görülmektedir. Fakat Osmanlıların İmparatorluk döneminde adeta İmparatorluğu oluşturan toplum grupları arasında bir iş bölümüne gidilerek Türklerin, ticaret işi dışında bırakıldığı gözlemlenmektedir (Müftüoğlu ve diğ., 2004).

Türklerin girişimciliğe ilgi duymamalarının en iyi göstergesi; mevcut işletmelerin yaşlarıdır. Ülkemizde yüz yaşını doldurmuş işletme sayısı oldukça azdır (Alpugan, 1998:66).

Ticaret işini Osmanlı İmparatorluğu içinde daha ziyade Rum, Yahudi ve Ermeniler üstlenirken, Türkler; askerlik, ulemalık, bürokratik ve hayvancılık ile tarım gibi işlere yönlendirilmiştir. Dolayısıyla Türk toplumu yedi, sekiz nesli kapsayan çok uzun yıllar ticaretin dışında kalmış ve Türk toplumunda gerek sosyal-kültürel ve gerekse etik açılardan arzu edilen ölçüde bir ticaret altyapısı ve ticaret kültürü oluşmamıştır. Ancak İmparatorluğun son dönemlerinde ve özellikle de İttihat ve Terakki döneminde Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma, Müslüman ve Türk ticaret adamı oluşturma konusunda önemli gayretlere girişildiği görülmektedir (Müftüoğlu ve diğ., 2004).

Cumhuriyet döneminin başlangıcında da ekonominin millileştirilmesi olgusu üzerinde durulmuştur. Yabancılara tanınan ayrıcalıkların geri alınması, yabancı sermayeli kuruluşların millileştirilmesi programın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Nitekim 1923'te Cumhuriyetin kurulmasından yaklaşık 9 ay önce toplanan İzmir İktisat Kongresinde ticaret kesimini, sanayicileri, işçi ve çiftçileri temsil eden binden fazla delege serbest girişimin ön planda olduğu bir ekonomik düzen kurulması doğrultusunda uzlaşmışlardır. Hem milli girişimi özendirici teşvikleri, hem de piyasa ekonomisinin işlerlik kazanacağı bir yapılanmayı öngören bir mülkiyet rejimi benimsenmiştir (Müftüoğlu, 2001:48).

1.3.3.2 Cumhuriyet Dönemi

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında özel girişimciliğe dayalı liberal iktisadi gelişme politikası izlenmiştir. Özel kesim özendirici ve korumacı tedbirlerle desteklenmiş, sanayileşmede baş rol özel kesime verilmiştir (Şahin, 2000:49). Ancak, kısa bir süre sonra, özel sektörün tek başına bu işin üstesinden gelemeyeceği anlaşılmıştır. Bunun üzerine, hem ekonomik ve sosyal kalkınmanın hızla gerçekleştirilmesi, hem de bu konuda özel sektöre öncülük etmesi amacıyla devletin bu görevi üstlenmesine karar verilmiştir. O yıllarda, yeterli sayıda girişimcinin bulunmaması özel sektörün başarısızlığının en önemli nedenleridir (Alpugan, 1998:67).

Ülkemizde, 1930-1939 yılları arası dönemde uygulanan ekonomik politikalarda göze çarpan özellik 'korumacılık' ve 'devletçilik' uygulamalarının öne geçmesiydi. Büyük ekonomik buhranın dünya ekonomisini ciddi bir biçimde etkilediği bu günlerde, devlet eliyle 'milli sanayileşme' ye gidilmesi çok doğal bir sonuçtur (Müftüoğlu, 2001:57).

Türkiye'nin başlıca girişimci kaynağını 1960'lı yıllara kadar Balkan göçmenleri; daha sonra ise özellikle Güneydoğu ve Doğu Anadolu ile Karadeniz bölgelerinden batıdaki büyük şehirlerimize ve bilhassa İstanbul'a gelen insanlarımız oluşturmuştur (Akmur ve diğ.; 2003: 440).

1960-1970'li yıllar Türkiye'de özel girişimciliğin gelişme gösterdiği dönemdir. Bu dönemde üretim artışı temel bir hedef olarak belirlenmiştir (Müftüoğlu, 2001:65). 1970'li yıllardaki Türk girişimcilerinin genel nitelikleri aşağıdaki gibidir (Tutar ve Küçük, 2003):

- Girişimciler, kısmen yüksek öğrenim görmüş kişilerdi.
- Geleneksel, tüccar zihniyetini aşma çabasıındaydılar.
- Üretim hırsları temeldi ve yatırımın diğer boyutları olan verimlilik, yönetim felsefesi, kalite ve fiyat ilkelerine önem vermemekteydiler.

1960-1980'li yıllar arasında girişimcilik olgusu çeşitli olaylar sonucunda olumsuz etkilenmiştir. Belirtilen dönemde üç askeri darbe, iki reform hükümeti ve çeşitli koalisyonlar ve bunlara ilaveten birinci ve ikinci petrol şokları belirsizlik ortamı yaratmıştır (Müftüoğlu, 2001).

Ülkemizin mevcut ekonomik ve sosyo-kültürel şartları girişimciliğe zemin hazırlamaktan çok uzaktır. Bu durum insanlarımızı genellikle kamu sektörüne yöneltmiştir. Gerek girişimci, gerekse özel sektörde yönetici konumunda çalışmanın, sermayelerini veya kendilerini riske atmak olduğu düşüncesi hakim olmuştur. Ülkemizde girişimciliği engelleyen unsurlar olarak; öncelikle ekonomik istikrarsızlık, politik istikrarsızlık, bürokratik işlemler, sermaye birikimi, nitelikli personel yetersizliği ve teknoloji transferi gibi hususlar ileri sürülmektedir. Türkiye’de mevcut girişimciliğin %99’unu KOBİ’ler oluşturmaktadır (Tutar, Küçük, 2003: 163).

Uluslar arası girişimcilik endeksinde kullanılan 100 yetişkin içinde şirket kuran insanların sayısına bakıldığında Türkiye, 29 ülkeden daha az sayıda girişimciye sahiptir. Türkiye’de her 100 yetişkin içinde şirket kuran sayısı 4,6 iken bu sayı Meksika’da 18,7, İrlanda’da 12 ve ABD’nde 11,7’dir (www.vicebusiness.com.tr). Buna göre; en yüksek girişimcilik faaliyeti Meksika’dadır ve ABD ancak yedinci olabilmiştir. Meksika’nın ihtiyaçtan kaynaklanan girişimcilik faaliyetinin yüksek olduğu gözlenmektedir. Türkiye’nin performansı birçok çalışmada girişimci bir toplum olmadığı söylenen Japonya’dan da düşük durumdadır. Bu durum ekonomik göstergeler doğrultusunda Türkiye’de kadın veya erkek girişimcilerin risk alma konusunda tedbirli davrandıklarını göstermektedir (Çetindamar, 2002).

Tablo 1. Bazı Ülkelerde Her 100 Yetişkin İçindeki Girişimci Sayısı

Türkiye	Japonya	İsrail	İngiltere	ABD	İrlanda	G.Kore	Meksika
4,6	5,1	6	7,7	11,7	12	15	18,7

Kaynak: Çetindamar (2002)

Öte yandan, Türk insanının iş yaşamına ilişkin beklentilerini ortaya koyan bir araştırma, bu konuda toplumdaki en önemli değerlerin sırasıyla; ücret (% 90), iş güvenliği (% 87), rahat çalışma ortamı (% 84), iş arkadaşları (% 83) ve topluma yarar sağlamak (% 81) olduğunu göstermektedir. Kendi girişimciliğini kullanabilme fırsatı, saygın bir iş olması, işin gelecek vadetmesi, sorumluluk istemesi gibi faktörler ilk sıralarda yer almamaktadır. Aynı araştırma, bireylerin en çok aile yaşamını bozmayan (% 87), çalışma saatleri ve ortamı rahat olan (% 74), stresli olmayan (% 68) işleri tercih ettiklerini ortaya koymuştur. İş hayatına ilişkin tüm bu beklentiler girişimciliğin temel karakteristiklerinden uzaktır (Alpugan, 1998:69).

Bilgi toplumunda girişimciler ve teknokratlar, araştırmacılar ve yönetici liderler, kısaca nitelikli insanlar ekonomik değerlerin yaratılmasında en önemli ve etkili unsurlar olarak ön plana çıkmaktadırlar. Genç ve dinamik bir insan yapısına sahip olan Türkiye için bu gelişmeler büyük önem taşımaktadır. Türkiye bu genç ve dinamik insanlarını nitelendirerek, onları bu amaca yönelik olarak en iyi şekilde eğiterek, girişimci, teknokrat ve araştırmacı insanlarıyla potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmenin yollarını aramalıdır. Maalesef ülkemizde genç ve dinamik nüfus yapımızın bu konuda bize sunduğu potansiyeli iyi değerlendirebildiğimizi söylemek mümkün değildir (Müftüoğlu, 2001:4).

Tablo 2. Ülkelerin Geleceği (milyon)

	1986			2025		
	Nüfus	15-64 Yaş Arası Nüfus	Çalışabilir Nüfus	Nüfus	15-64 Yaş Arası Nüfus	Çalışabilir Nüfus
Yaşlanan Ülkeler						
Amerika	235	155	113	292	192	112
Japonya	120	82	60	128	81	41
Almanya	62	41	30	54	36	21
İngiltere	56	36	26	59	37	22
Gençleşen Ülkeler						
Türkiye	51	29	24	111	66	45
Mısır	51	29	25	114	65	55
Brezilya	134	74	62	304	167	142
Güney Kore	42	76	22	70	43	36

Kaynak: Müftüoğlu (2001:5)

1.4. Girişimci Düşüncenin Temelleri

Girişimcinin, toplumun mevcut ve olası gereksinimlerini belirleyerek kendi sezgi ve deneyimlerinden hareketle geleceğe yönelik kararlar alması onun ileriye dönük kişiliğinin göstergesidir. Davranışsal olarak girişimcilik kavramı, bir fırsatı değerlendirmek, bir iş fikrini tanımlamak, gerekli kaynakları bulmak, daha sonra bir girişimi faaliyete geçirmek ve sonuçlarını almak için gerekli olan faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir (Müftüoğlu ve diğ., 2004:6).

Girişimci düşüncenin dört ana bileşeni vardır (İraz, 2005:166). Bunlar;

- Rekabetçi Düşünme
- Risk Üstlenme
- Yenilikçi Ve Yaratıcı Olma
- Öncü Olma

1.4.1. Rekabetçi Düşünme

Piyasa ekonomilerinde işlerliğin sağlanması ve korunması için uygulanan ekonomik politikanın temel ve merkezi unsuru olarak kabul edilen rekabet, belirli bir piyasada çalışan girişimcilerin ekonomik konularda serbestçe karar verebilme hakkı olarak tanımlanmaktadır (Arda, 2002:363). Rekabet, girişimcilerin piyasada tutunabilmeleri için kaliteli ürünler üretmelerini, verimli çalışmalarını ve müşteri odaklı olmalarını sağlar (İraz, 2005:169). Kalite yükselirken fiyatlar düşer ve tüketici de bundan payını alır. Rekabet sayesinde kaynakların etkin dağılımı sağlanır. Bunun sonucunda da verimlilik ve refah artar. Ayrıca rakip firmalar daha ucuza mal satabilmek için imalat fiyatlarını düşürebilmek amacıyla teknolojik yenilemeyi isterler. Yani rekabet; tüketici yararını sosyal bir politika olarak sağlarken, aynı zamanda teknolojik gelişmeyi de teşvik eder (www.rekabet.gov.tr).

1.4.2. Risk Üstlenme

Genel anlamda risk , mal veya can varlığında zarar ya da kayıp olasılığını ifade eden bir kavramdır (Alpugan, 1998:499). Girişimci için risk üstlenme; önemli bir miktarda kaynağı, kabul edilebilir bir risk düzeyi olan fırsatlara bağlama istekliliğini içerir. Risk üstlenme sürecinin belirleyicileri; yaratma ve fırsat boyutu, gerçek ve algılanan değer, girişimcinin kişisel becerileri ve hedefleri ile uygunluk ve rekabet alanının farklılığıdır. Girişimci; risk üstlenirken teknolojik değişim, Pazar yapısı, kamusal düzenlemeler e rekabet türü gibi konulara dikkat etmelidir (İraz, 2005:168).

1.4.3. Yenilikçi Ve Yaratıcı Olma

Yenilikçi ve yaratıcı olma; problemlere ve ihtiyaçlara yaratıcı, alışılmamış ve yeni çözümler aramayı ifade eder. Bu çözümler, yeni ürün ve hizmetler, yeni teknolojiler

veya üretim süreçleri kullanılması şeklinde tanımlanabilir. Yaratıcı ve yenilikçi olması, yeni fikirleri geliştirmesi ve bu fikirleri uygulamaya koyması girişimciyi diğerlerinden farklı kılan en belirgin özelliklerdir. Söz konusu nitelikler girişimcinin herşeyden önce beklentilerine uygun düzeyde risk üstlenen kişi olduğunu da göstermektedir (Müftüoğlu ve diğ., 2004:6).

OECD'ye göre yenilikçilik; süreç olarak bir fikri pazarlanabilir bir mal ya da hizmete, geliştirilmiş bir imalat ya da dağıtım yöntemine ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmektedir. Avrupa Birliği ise; bu tanıma daha geniş bir çerçeve çizmektedir (Müftüoğlu ve diğ., 2004:7):

- Ürün, hizmet ve ilgili pazarların kapsamının genişletilmesi ve yenilenmesi
- Yeni üretim, dağıtım ve arz yöntemlerinin kurulması
- İşgücünün yeteneğine, çalışma koşullarına, iş organizasyonuna ve yönetimine değişiklikler sunulması

1.4.4. Öncü Olma

Öncü olma, yalnızca yeni bir fikrin veya düşüncenin yaratılmasıyla ilgili bir kavram olmayıp uygulamaya dönük bir kavramdır. Öncü olma, rakipleri takip etmek yerine onlardan daha önce yaratıcı bir fikri veya düşüncüyü vizyoner bir bakış açısıyla hiç zaman kaybetmeden ortaya çıkarmak ve gerekli kararları alarak harekete geçmektir (Yıldırım, 1998:166).

Yeni süreçler yaratma ve fırsatları belirleme yeteneği önemli olmakla birlikte, bir kişinin ya da işletmenin girişimci olarak kabul edilebilmesi için yeterli değildir. Yenilikçi düşünürlerin birçoğu fikirlerini eyleme dönüştürememiştir. Bu nedenle girişimci olabilmek için belirlenen fırsatların, bir iş planına dayandırılarak eyleme dönüştürülmesi gereklidir (Müftüoğlu ve diğ., 2004:7).

1.5. Girişimcinin Temel İşlevleri

Girişimciler, ekonomik ve sosyal açıdan birçok işlevi yerine getirmektedirler. Sürekli gelişen küresel ekonomiyle birlikte girişimcilerin işlevlerine hergün yeni bir unsur

eklenmektedir. Bu nedenle modern girişimcinin işlevleri birçok şekilde ortaya çıkmaktadır (Tosunoğlu, 2003:18). Aşağıda girişimcinin temel işlevleri açıklanmıştır.

1.4.1. İstihdam Yaratmak

Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde en önemli sorunlardan biri işsizliktir. İşsizlik ürün/hizmet için yeni yatırımların yapılmaması sonucu doğar. Girişimci sayısı ne kadar artarsa, istihdam oranı da artmaktadır. Dolayısıyla işsizlikten kurtulmanın en etkin yolu, kişilerin kendi işlerini kurmalarıdır (www.bilgiyonetimi.org.tr).

Özellikle Avrupa Birliği'nde (AB) yaşanan işsizlik sorunları araştırılırken ABD'nde yaratılan istihdamda girişimciliğin çok büyük bir katkısı olmuştur. Rekabet, girişimcilerin tüketiciden gelen talep ve beklentileri karşılayacak şekilde üretmesini ve yatırım yapmasını, dolayısıyla ekonomik kaynakların etkin tahsisini sağlar. Yurt içinde yarış ortamının sağlıklı işlemesi, istihdamın artmasını ve dış pazarlarda da rekabet gücünü beraberinde getirir (Müftüoğlu ve diğ., 2004:11).

Büyük ölçekli işletmelerin ekonomideki ağırlıkları 1970'lerden sonra karşılaşılan birçok sorun yüzünden gittikçe azalmaya başlamıştır. Bu işletmelerin karşılaştıkları en önemli sorunlar, küresel rekabetin artması ve hızlı teknolojik değişimlere ayak uyduramamalarıdır. Bu nedenle küçük ve orta büyüklükteki işletmeler istihdam açısından ilgi odağı olmaya başlamıştır. Büyük ölçekli işletmelerin verimlilik sorunlarına karşın küçük ve orta ölçekli işletmelerin esnek ve değişimlere açık yapıları ile daha üretken olabilecekleri ve daha çok istihdam yaratabilecekleri düşünülmektedir. İstihdamı yaratan bu girişimciler yeni şirketler kurarak ekonomiye ivme kazandırmışlardır. (Müftüoğlu ve diğ., 2004:11-12)

1.5.2. Yeni Pazarlara Ulaşmak

Girişimcilerin bir diğer fonksiyonu (işlevi) ülke içinde ve dışında yeni pazarlar bularak mal ve hizmet satışlarını arttırmak şeklinde ifade edilir. Günümüzde pazar paylarını genişletmek için dolaylı bazı yollar bulunmuştur. Tüketicilerin satınalma güçlerini yükseltici çabalara girişmek, ekonomik kalkınmayı sağlamak ve gelir dağılımını daha

dengeli bir hale getirmek için mevcut engelleri kaldırmak bu yollardan sadece bir tanesidir (Çelik ve Akgemci, 1998:19).

1.5.3. Yeni Mal Ve Hizmet Üretmek Veya Bilinen Mal Ve Hizmetlerin Nitelik Ve Kalitelerini Yükseltmek

Bu fonksiyonu (işlevi) etkili bir biçimde yerine getirebilen girişimciler bu alandaki öncü çabaları nedeniyle büyük kazanç sağlayabilirler (Arkan, 2004:68).

1.5.4. Endüstride Yeni Organizasyonlar Kurmak

Bununla girişimcilerin belirli bazı örgütlenmelere giderek gerek örgütsel ve gerekse çevresel yapıyı değiştirmeleri ifade edilmek istenmektedir (Tutar ve Küçük, 2003:166). Girişimcilerin örgütlenerek çeşitli işletme birliklerini kurmalarının temel amacı, piyasaya hakim olmak ve bu yolla kazançlarını mümkün olan en yüksek düzeye çıkarmaktır (Çelik ve Akgemci, 1998:19).

1.5.5. Hammaddelerin Ve Benzeri Maddelerin Sağlanabileceği Yeni Kaynaklar Bulmak

Girişimciler ülke içinde veya dışında üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup, denetimleri altında toplarlar. Bu çeşit kaynakları denetimi altına alan şirket veya girişimciler rakiplerine oranla daha büyük kar sağlarlar (Tutar ve Küçük, 2003:166).

1.5.6. Sermaye Birikimi Sağlama

Yeni girişimler yaratılması yoluyla ekonomide artan çıktı miktarı, endüstrinin büyümesine ve karların artmasına yol açar. Bu karların da yeniden yatırımlar için kullanılması ile yeni istihdam alanları ve sermaye birikimi sağlanır. Gerekli teşvik ve kolaylık mekanizmalarının çalıştırılması durumunda girişimcilik, sermaye birikiminde en önemli unsurlardandır. Girişimciliğin sermaye birikiminin sağlanmasıyla birlikte önemli bir işlevi de sermayenin tabana yayılmasının sağlanmasıdır. Sadece büyük işletmelerin egemen olduğu bir yapıdan toplumun tüm kesimlerinin refahının artırılmasında girişimcilik önemli bir araçtır. Ülkede yeni girişimcilerin ve iş olanaklarının yaratılması gelir dağılımının da dengeli olmasını sağlayacak önemli bir araçtır (Müftüoğlu ve diğ., 2004:12).

1.5.7. Yeni Satış Yöntemleri Geliştirmek

Girişimcilerin ticari yaşamda ayakta kalmaları ve hedeflerine ulaşabilmeleri için temel koşullardan biri; pazarlama alanında gösterdikleri performanstır (Dolgun, 2003:11).

Yeni bir pazarlama ve üretim yöntemi olan elektronik ticaret, 20. yüzyılın son döneminde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim ve gelişmelere paralel bir şekilde ve giderek artan ölçüde dünya genelinde tartışılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır. Elektronik ticareti ürünlerin iletişim şebekeleri aracılığıyla üretilmesi, ya da mevcut ürünlerin reklamının, satışının ve dağıtımının bu şebekelerce yapılması olarak tanımlamak mümkündür (Tosunoğlu, 2003:22).

Bilgi ve iletişim maliyetlerinin düşürülmesi, pazara giriş kolaylıklarının ve rekabetin artırılması; elektronik olarak ticareti yapılan mal ve hizmetlerin çeşitlenmesine, kalitesinin yükselmesine ve fiyatlarının düşmesine neden olabilecektir. Bu nedenle, gelecekte elektronik ticaretteki bu büyümeye paralel olarak, girişimcilerin ticari faaliyetlerinin yürütülmesinde önemli değişiklikler yaşanabilecek e üretim ile istihdamda büyük artışlar görülebilecektir (Tosunoğlu, 2003:23).

Girişimcilerin temel veya diğer işlevleri ile ilgili rollerini etkin bir biçimde yerine getirebilmeleri için, toplumda belli bir değerler sistemi hakim olmalıya da bu karşıt değerli sistemi (geleneksel değerler) çok zayıf kalmalıdır. Ne var ki Türkiye ve benzer ülkelerde, girişimci değerlerine karşıt mevcut (geleneksel) değer sisteminin güçlü konumu, günümüzde de devam etmektedir (Çelik ve Akgemci, 1998:21).

1.6. Girişimcinin Temel Nitelikleri

Bilgi toplumunda girişimcilerin nitelikleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

-Girişimciler, yüksek düzeyde başarı güdüsüne sahip, hesaplı risk üstlenen ve işlerini sonuçlandırmak için kişisel sorumluluk üstlenme eğilimindedirler.

-Girişimciler, gündelik düşünceler, değişen tavırlar ve kendi önyargılarından etkilenmeksizin olayları yorumlayabilme yeteneğine sahip olan ve muhtemel tehlikelerden yılmaksızın hızlı karar vererek harekete geçen bir kişiliğe sahiptir.

-Girişimciler, mücadeleye atılma heyecanından zevk alan, bütün tutkusu yaratmak ve büyütmek olan, müşteri ve ürüne bir arada motive olabilen ve becerisini sürdürmenin en önemli yollarından birisinin olumlu tavırlar olduğunu düşünen ve bunları enteresan ve karlı işlere dönüştüren bir kişiliğe sahiptir.

-Girişimciler, pazarını dünya pazarı olarak algılayan rekabet düzenini varlığının temel nedeni olarak gören, bilgi değişimi sayesinde değişimle iç içe yaşayan, onu kullanan ve değişimi bir fırsat olara değerlendiren, geçmiş deneyimlerinden eğitici sonuçlar çıkaran bir eğilime sahiptirler.

-Girişimciler, demokratik yapıda kendisini demokratik düzenin temel taşlarından biri olarak algılayan ve kendisine özgü bir misyonu olan bir eğilime sahiptir (www.dtm.gov.tr).

Görüldüğü gibi girişimci bazı nitelikleri, davranışları ve olaylara bakış açısıyla diğer insanlardan ayrılmaktadır. Bu nitelikleri sıralayacak olursak (Müftüoğlu , 2004:18);

-Girişkenlik

-Güçlü ikna yeteneği

-Üstüne risk alabilme

-Esneklik

-Yaratıcılık

-Bağımsızlık

-Sorunları ivedilikle çözebilme

-Başarma gereksinimi

-Hayal gücü

-Başkalarının kaderlerini yönetebileceğine dair güçlü bir inanç

-Liderlik Yeteneği

-Çok alışma

Girişimci olmak herkese uygun bir iş değildir fakat herkese açık olma özelliğine sahip bir meslektir (Thackray, 2004:15). Aynı konuda gerçekleştirdiği araştırmasında Pickle, küçük işletmelerin başarısı ile işletme sahiplerinin beş kişisel karakteristiği arasında anlamlı bir ilişkilerin bulunduğunu görmüştür. Araştırmacı, bu karakteristikleri aşağıdaki biçimde özetlemektedir (Alpugan, 1998:65)

-Sorumluluk, inisiyatif, sabır ve enerjik çalışma gücü,

-Yaratıcı ve analitik düşünebilme yeteneği,

-İnsan ilişkileri yeteneği,

-Yazılı ve sözlü haberleşme yeteneği,

-Teknik bilgi,

Ancak bir girişimci tüm bu özelliklere sahip olsa da sosyo-ekonomik yapı, politik ve kültürel çevre onun nitelik ve boyutlarını belirleyecektir. Örneğin Leonardo Da Vinci bir sanatçı olmanın yanısıra matematikçi, mühendis ve bilim adamı olarak çağının, çok ötesinde olmasına karşın teknolojinin o dönemde yeterince gelişmemesi nedeniyle taslak düzeyde kalan girişimlerde bulunmuştur.

Benzer şekilde Hezerfan Ahmet Çelebi kanat takıp uçan ilk insan olmasına karşın, içinde bulunduğu sosyo-politik ortam bunu yeterince değerlendirememiş, onu önce sürgüne sonra da ölüme mahkum ettirmiştir. Oysa bu tür bir girişimin teşvik edilmesi birçok gelişmeyi beraberinde getirecekti, ne yazık ki bu görülemedi.

Uygun çevre koşulları, uygun politik ve kültürel şartlar ve mali olanaklar gerçekleştiğinde ise bu tür girişimcilik niteliklerine sahip insanların toplumlara (ve hatta dünyaya) neler kazandırabileceğine örnek olarak da Kristof Kolomb'u verebiliriz (Müftüoğlu, 2004:19).

1.7. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik olgusu farklı şekillerde ele alınabilmektedir (Tutar ve Küçük, 2003:171). Girişimciliği en başta “özel girişimcilik” ve “kamu girişimciliği” olmak üzere ikiye ayırmamız mümkündür. İkisi arasındaki tek fark; mülkiyet'in yapısı ile ilgilidir. Özel girişimci, özel mülkiyetinde bulunan kaynakları kullanarak ve kendi parasını ya da

borçlanarak elde ettiği sermayeyi harcayarak üretim yapan kişidir (Karademir, 2004). Kamu girişimcisi ise; genellikle katı bütçe kısıtlamaları ile ve siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak çalışır. Yani kimi zaman ekonomik kısıtlamaların ağırlık kazandığı alanlarda; genellikle dışarıdan gelen dürtülerle karar veren, kendi yarattığı kaynakları değil, hazır ya da kamunun ürettiği kaynakları kullanan kişidir (Çelik ve Akgemci, 1998:24).

Chicken'a göre ise; üç önemli girişimcilik türü vardır. Bunlar; (Chicken, 2002):

Birinci tür: Bütün faaliyetler bir açık pazarda gerçekleştirilir.

İkinci tür: Bazı faaliyetler hükümetten alınan fonlarla veya sübvansiyonlarla gerçekleştirilir.

Üçüncü tür: Bütün faaliyetlerin fonu hükümet tarafından sağlanır. Bu fonlar politik kararların konusudur.

Uygulamada, bu üç girişimcilik türünün çeşitli varyasyonları vardır. Türü ne olursa olsun, girişimcilik dört ana faktörün ürünüdür. Talep, hükümetin etkisi, özel sektörün etkisi, ve siyasi etkiler. Şekil 1, bu faktörlerin belirli bir vakada birbiriyle nasıl etkileşim halinde olduğunu göstermektedir. Şekle bakıldığında, arz faktörünün eksik olduğu görülecektir. Bunun nedeni, girişimcinin talebe, bu talebi karşılayacak kadar arz sağlayarak tepki verdiğinin düşünülmesidir. Bu durumun önemli bir varyasyonu şudur: Girişimci yeni bir ürün belirler ve yeni ürünün arzını massetmek için bir Pazar geliştirir. Bu yaklaşımın örnekleri kişisel bilgisayarlar ve cep telefonlarıdır. Bireysel faktörlerin etkisi her vakaya göre büyük değişiklik göstermektedir. Bazı vakalarda Pazar koşulları baskın olabilir, bazı vakalarda ise, siyasi etkiler baskındır.

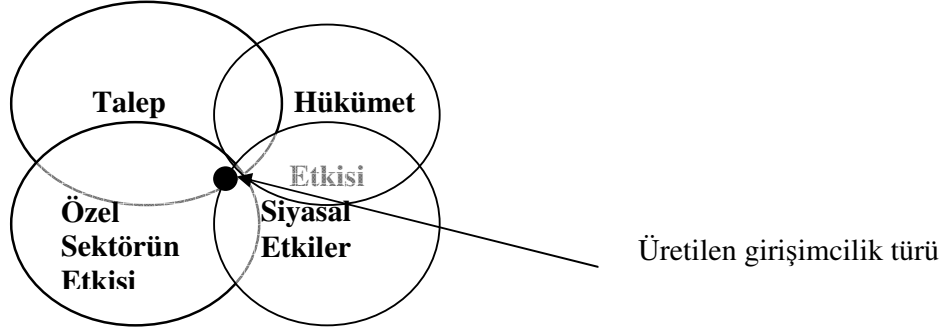
Siyasi etkilerin baskın olduğu yerde, maliyetlerin en azından bir bölümünün hükümet tarafından karşılanması gerekmektedir. Bu durum vergi mükelleflerinden gerekli fonların toplanması anlamına gelir.

Girişimcilikte başka önemli değişkenler de bulunmaktadır (Chicken, 2002:34):

1-Faaliyetin büyüklüğü

2-Faaliyeti gerçekleştirildiği ülke

Şekil 1. Temel Faktörlerin Belirli Bir Tür Girişimcilik Yaratma Konusunda Birbiriyle Nasıl Etkileşim Halinde Olduğunu Gösteren Şema (Chicken, 2002:34)



Diğer taraftan girişimciliği; “Fırsat Girişimciliği” ve “Yenilikçi Girişimcilik” olarak ikiye ayırmak da mümkündür (Tutar ve Küçük, 2003).

-Fırsat Girişimciliği

Fırsat girişimciliği temelde, pazardaki mevcut fırsatları görerek ya da potansiyel fırsatları sezinleyerek, mevcut olan bir mal veya hizmeti pazara sunmaktır. Bu fırsat, mevcut olan bir mal veya hizmetin pazara yeterince sunulmaması veya pazarda hiç olmaması, ya da mevcut işletmelerin istenilen kalitede hizmeti pazara sunamamalarından kaynaklanır. Bu tür girişimcilik, pazardaki fırsatları değerlendirebilecek görüş açısını ve kar edebilecek biçimde kaynakları organize ederek, yönlendirme yeteneğini gerektirir (Tutar ve Küçük, 2003:171).

-Yaratıcı Girişimcilik

Yaratıcı girişimcilik, yeni bir fikir veya buluşu ya da mevcut olan bir mal veya hizmetin dizayn, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirerek pazara sunulmasıdır. Kimi araştırmacılar, ikinci tür girişimciliğin asıl girişimcilik olduğu görüşündedirler. Ancak her iki tür girişimcilik de toplumun gerek duyduğu mal ve hizmetleri karşılamayı amaçlar ve riskleri üstlenmeyi, irade gücünü ve cesareti gerektirir. Bu nedenle her iki tür arasında fark olduğu söylenemez. Bununla beraber gelecekteki girişimciliğin ağırlıklı olarak yaratıcı girişimcilik olacağı gerçeği de gözden uzak tutulmamalıdır (Tutar ve Küçük, 2003:172).

1.8.Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimciler, içinde yaşadıkları sosyo-ekonomik ortamın ürünüdürler (İraz, 2005:175). Girişimciliği etkileyen faktörleri; girişimciye bağlı faktörler ve çevresel faktörler olarak ikiye ayırmak mümkündür (www.kobifinans.com.tr).

Girişimciye bağlı faktörler; girişimci adayının eksikliklerin olduğu yerlerdeki potansiyel iş fikirlerini algılaması, bunu projeye dönüştürerek yatırıma yönlendirecek beceriye sahip olması, riskleri alarak girişimde bulunabilmesidir. Çevresel faktörler ise; engellerin az olması, kaynakların varolması ve varolan kaynaklara erişimin kolay olması olarak sıralamak mümkündür (www.bilgiyonetimi.org.tr).

Başka bir kaynakta ise; girişimciliği etkileyen beş faktörden söz edilmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (İraz, 2005:175):

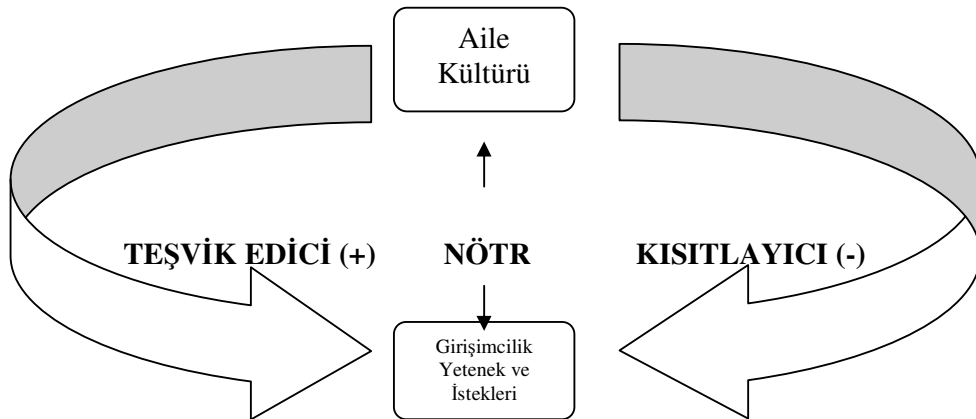
1.8.1. Aile Ve Sosyal Çevre

Kişilerin aile yapıları da girişimci bir kişiliğin oluşmasında önemli derecede etkili olmaktadır. Bu etkileşim aşağıda yer alan şekilde gösterilmektedir.

Şekilde de gösterildiği gibi, ailede alınan eğitim, görgü, etik vb. faktörler çocuğun girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde üç türlü etkide bulunmaktadır. Bu etkiler sırasıyla aşağıdaki gibidir (İraz, 2005:176):

- 1- Teşvik Edici (olumlu etki)
- 2- Kısıtlayıcı Etki (olumsuz etki)
- 3- Kararsızlık Yaratıcı Etki

Şekil 2. Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi



Teşvik edici etki durumunda aile, çocuğu hayatını serbest kazanma ve kendi işini kurma konusunda teşvik eder. Aile reisi girişimci ise veya yakın akraba ile aile çevresinde girişimci kişiler var ise, bu kişiler çocuğa örnek olarak gösterilir, onun gibi olması ve hatta onu geçmesi istenir.

Kısıtlayıcı etki durumunda aile içinde maddi imkansızlıkların yarattığı etki veya tarıma dayalı yaşamını sürdürme çocuğun girişimci olmasını önlemektedir. Bu tür aile çocuğun horlanması tek başına başarıma arzusunu körlemektedir.

Kararsızlık yaratıcı etki durumunda ise aile, özellikle modern toplumlarda çocuğu toplumsallaştırmak yerine eğitim ve formel toplumsallaştırma rolünü üzerine alır. Uzun süre okula devam etmesi beklenen ve başarılması güç işlere zorlanan bu çocuklar ailede aldıkları eğitim yeterli olmadığı için ikilemde kalırlar (İraz, 2005:177).

1.8.2. Mali Çevre

Girişimcilik için uygun bir mali ortamın oluşturulması, düzenli para ve maliye politikalarına bağlıdır. Bir ülkede girişimcilik için uygun bir mali çevre oluşturulamaması milli gelirden Ar-Ge harcamalarına ayrılacak payı azaltmakta, yeni alınmış patentlerin sayısını düşürmekte ve bilim adamı, teknisyen ve mühendis olarak eğitim gören öğrencilerin sayısında bir azalma ortaya çıkmaktadır (İraz, 2005:178).

1.8.3. Eğitim

Aile ve eğitim kurumlarında gerçekleşen eğitim süreçleri bireylerin girişimciliğinin ve yaratıcılığının gelişmesinde veya körelmesinde etkili olabilmektedir. Çalışmalar, eğitim sürecinde, sürekli değişen ve geçerliliğini kısa sürede kaybeden önemsiz bilgileri öğretmek yerine; bilinmeyenlerin keşfedilmesine önem veren eğitim kurumlarında yetişen çocukların daha yaratıcı ve girişimci olduklarını ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla bireyin aldığı eğitimin felsefesi, programı ve kapsamı girişimciliği ve yaratıcılığı belirlemektedir (Arıkan, 2004:54-55).

2000'de yapılan bir araştırmaya göre girişimcilik konusunda odaklanan ya da temel dal olarak eğitim alan öğrenciler diğer idari disiplinlerde eğitim alan öğrencilere göre;

-Yeni iş kurma konusunda üç kat daha fazla eğilime sahip,

-Kendi işinde çalışma konusunda üç kat daha fazla eğilime sahip

-Yıllık %27 daha fazla ve

-Çalıştıkları işten daha fazla tatmin sağlamaktadırlar (Müftüoğlu ve diğ., 2004:114).

ABD’de üniversite ve kolejlerdeki girişimcilik eğitiminin gelişimi, bu okullarda verilen girişimcilik derslerinin sayısının 1500’ü aşmasıyla rahatlıkla görülebilmektedir. Görüldüğü gibi, ABD’de girişimcilik eğitiminin önemi anlaşılacak, disiplinler arası bir yaklaşım olarak benimsenmekte, bireyleri zorunlu olarak girişimci olmaktan çok fırsatları görebilen ve yenilik yaratabilen iş imkanları yaratabilecek eğitim sistemlerinin ilköğretim ve lise düzeyinden itibaren verilmesi hedeflenmekte ve bu yönde çalışmalar yapılmaktadır. Avrupa’da da eğitim sistemi bireyin girişimci olarak fırsatları görebilmesini ve becerilerini geliştirerek girişimciliğin teşvik edilmesine destek olmaktadır (Müftüoğlu ve diğ., 2004:115).

1.8.4. Kültür

Girişimcilik olgusunun odak noktasında insan unsuru, yani girişimci yer almaktadır. Bu özelliğiyle girişimcilik, toplumsal ve dolayısıyla bir kültür olayıdır. Bu itibarla, bir Türk girişimcisi muhakkak ki bir Alman, bir Japon veya bir Amerikalı girişimciden farklıdır. Hatta ülke içinde bile girişimcilik nitelikleri açısından bölgesel farklılıklar söz konusu olabilir. Nitekim ülkemizde bir Karadenizli girişimci bir Gaziantep’li veya Konya’lı girişimciden farklıdır. Bir Gaziantep’li girişimci yatırımını muhakkak kendi bölgesinde gerçekleştirmek isterken, bir Karadenizli girişimci yatırımını yurdun dört bir tarafında, hatta yurtdışında, en karlı gördüğü yerlerde yatırım yapma eğilimindedir. Konyalı girişimci kredi ile yatırım yapma konusunda isteksizlik gösterirken, Denizlili girişimci borçlanarak yatırım yapma konusunda daha cesur ve istekli davranmaktadır (Akmüt ve diğ.; 2003:437).

‘Risk üstlenme, bir yenilik başlatma’ gibi eylemler girişimcilik kavramının temel unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gibi eylemler bazı kültürlerde gayet doğal karşılanıp desteklenirken, bazı kültürler de ise; henüz yer edinmemiş popüler olmayan niteliktedir. İşte girişimciliğin rahatlıkla kök salıp gelişmesine zemin hazırlayan kültüre ‘girişimcilik kültürü’ denir (İraz, 2005:176).

1.8.5 Yasal, Siyasal Ve İdari Faktörler

Bir ülkedeki yasal, siyasal ve idari ortam ile koşulların girişimciliğin gelişip gelişmemesinde önemli payı vardır. Eğer ilgili ülkede girişimcilik aleyhinde bir fikri oluşum veya şüphe var ise bu durum yasalara idari kararlara ve siyasal arenaya da yansıtacaktır. Dolayısıyla bu durum yeni şirket kuruluşlarını azaltacaktır. Yasal düzenlemelerin, ekonomi politikalarının ve bürokratik mekanizmanın girişimciliği teşvik ettiği ortamlarda girişimcilik daha rahat kök salıp gelişebilecektir (İraz, 2005:178).

1.8.6. Psikolojik Faktörler

Girişimci kişilerin bağımsızlık duygusu ve enerji düzeyleri yüksek olup, etkili bir şekilde kendilerini kontrol edebilirler. Girişimcinin başlıca psikolojik özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (İraz, 2005:178):

- Kararlarda kişisel sorumluluk alma,
- Risk içeren kararları tercih etme,
- Kararlardan somut önerilere ulaşma,
- Daha fazla beyin gücü gerektiren alanlarda çalışma,
- Parasal dürtülerden kaynaklanan çalışma isteği,
- İleriyi görme ve düşünme eğilimi,
- Çalışma sırasında arkadaşlık ve akrabalık ilişkileri yerine profesyonel biçimde davranma.

BÖLÜM 2: KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. Kadın Girişimciliği Kavramı

Girişimcilik; insanın doğuştan sahip olduğu bir takım kişisel özelliklerine ve aldığı eğitime (aile içinde, okulda aldığı eğitim v.b.) bağlı olarak şekillenen bir kavramdır. Ancak bu iki unsurun tek başına yeterli olmadığı, girişimciliğin niteliğini ve boyutunu daha çok toplumsal ortamın belirlediği de bir gerçektir (Müftüoğlu, 2001:69).

Toplumsal anlamda girişimcilik, piyasa ekonomisi içinde, doğrudan doğruya pazara yönelik ve nakite dönüşebilen faaliyetleri içermektedir. Domestik alandaki girişimcilikten pazardaki girişimciliğe yönelme konusunda ise; kadınlar bazı engel ve sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Ertürk, 1993:43). Dolayısıyla, her ne kadar girişimcileri kadın erkek diye ikili bir ayrıma tabi tutmak yanlışsa da; sorunları açık bir şekilde ortaya koyabilmek ve yararlı çözüm önerileri geliştirebilmek amacıyla böyle bir ayrıma gitmek gerekmektedir (Müftüoğlu, 2001:69).

Kadın girişimciliği oldukça genel bir kavram olup, bu başlık altında farklı işkollarında, farklı işyeri örgütleri tipinde ve farklı statülerde çalışan kadınları toplamak mümkündür (Çelebi, 1993:35).

Çelebi; “bağımsız işyeri sahibi kadın” veya “iş kadını” tanımını çeşitli sınıflamaları göz önüne alarak aşağıdaki şekilde yapmaktadır:

“İş kadınları işteki durumu “işveren” veya “kendi hesabına çalışan” şeklinde belirlenen, işinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş olan; işinin başında fiilen bulunan; sunduğu ürün ve hizmetin arz-talep ilişkisi içinde belirlenen kadınlardır (Gürol, 2000:261).

Ecevit’e göre ;

-Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir veya birkaç işyeri olan,

-Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve-veya işin sahibi olma sıfatıyla ortaklık kuran,

-Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan, yaptıran,

-İşle ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,

-İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,

-İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadınlar, girişimci statüsünde değerlendirilmiştir (Ecevit, 1993, Aktaran, Yetim, 2007:81)

Girişimci kadın tanımına bu tür bir içerik kazandırdığımızda Türkiye’de “girişimci kadın” olarak nitelendirebileceğimiz kişilerin sayısı oldukça az olacaktır. Çünkü bir takım faktörler günümüzde kadınların çalışma dünyasına erkeklerle eşit ya da eşite yakın koşullarda bağımsız ve yukarıdaki özellikleri taşıyarak girebilmelerini engellemektedir (Ecevit, 1993).

2.2. Kadın Girişimci Tipleri

Tütek, Adler ve Izraeli tarafından yaşam aşamaları ve motivasyonlarına göre sınıflandırılmaları baz alınarak yapılan bir araştırma sonucu beş tür kadın girişimci belirlendiğini ifade etmektedir. İlk iki tür iş yaşamlarının ortalarında, yeterince tecrübe kazandıktan sonra şirketlerinden ayrılanlardır ki birinci tür “cam tavan” dan dolayı yönetim kademelerinde yukarı doğru hareketi engellendiği için girişimci olmaktadır; diğeri ise daha fazla esneklik isteğiyle güdülenmektedir. Üçüncü tür kadın girişimci kendi (genelde küçük) işletmelerini kariyer yaşamlarının başında kuran kadınlardır. Dördüncü tür kadın girişimci iş yaşamının sonunda hatta bitiminde iş kuran kadındır. Beşinci tür kadın girişimci; yaşamının herhangi bir aşamasında, işsizlik korkusuyla girişimci olan kadınlardır (Gürol, 2000:227).

Goffe Scase iki faktöre dayalı olarak dört farklı kadın girişimci tipini tanımlamıştır. Bu faktörlerden ilkinde göre kadın girişimciler bireysellik ve kendine güven ilkelerini benimseyen geleneksel girişimcilik eğilimindedirler. Bunlardan ilki, hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen “geleneksel girişimci” tipidir. Geleneksel girişimci tipinde olan kadın girişimciler, çoğunlukla konuk evi, sekreterlik, bakım ajansı, restoran, yemek fabrikası

ve kuaför salonuna sahip olmaktadır. İkinci tip ise; girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmesinin büyümesini öncelikli hedefleri arasına koyan “yenilikçi girimci” tipidir. Bu kategoriye dahil olan kadınları daha çok savaş sonrasında büyüyen ve yüksek okul mezunu kadınların istihdam edildiği alanlarda, pazar araştırmaları, reklam, halkla ilişkiler ve basın işlerinde çalışmaktadırlar. Üçüncü kadın girişimci tipi, geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören “evcimen (domestik) girişimci” tipidir. Bu gruba dahil olan kadınlar müşterilerle düzenli, uzun vadeli ve küçük ölçekli işler yapmaktadırlar. Son olarak da iş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işini de bu amaca hizmet eden bir araç olarak görerek organize eden “köktenci girişimci” tipleri tanımlanmıştır. Bu durumda girişimciler kadın hareketleriyle ilişkili, basın, yayın, parakende satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat gibi çeşitli alanlarda olmaktadır (Kutaniş ve Hancı, 2004).

Bu yaklaşıma belli eleştiriler de gelmiştir. Eleştirilerin bir kısmı kadın girişimcilerin analizi için girişimcilik idealleri ve geleneksel cinsiyet rollerinin yeterli boyutlar olmadığını, bunlara kadının sosyo-ekonomik durumunun da eklenmesinin gerektiğini; ayrıca kadının daha baştan erkeğin astı olma konumunu kabullenmesinin de yanlış bir öngörü olduğunu savunmaktadır (Alle&Truman, 1988, Aktaran, Özen Kutaniş, 2003).

Diğer bir kısım eleştiri de kadın girişimcilerin homojen değil heterojen bir grup olduğu ve bu dörtlü ayrımın işletme sahipliği ile ilgili olarak iki önemli özelliği atladığı görüşleri üzerine kuruludur. Bu iki özellikten ilki, işletmelerin zamanla büyüüp küçülebileceği, çeşitli anlaşmalar yaparak farklılaşabileceği düşüncesinden yola çıkarak işletme sahipliğinin çok dinamik ve sık dalgalanmaları içeren bir süreç olduğunu savunmaktadır. İkinci özellik de işletme sahipliğinin girişimcileri etkileyerek zamanla kişileri değiştirebileceği yani işe evcimen olarak başlayan bir girişimcinin zamanla ve tecrübe kazandıkça girişimcilik ideallerine sıkı sıkıya bağlı yenilikçi bir girişimci olabileceği ile ilgilidir (Carter&Cannon, 1988, Aktaran Özen Kutaniş, 2003).

2.3. Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler

Kadınlara, onları kendi işlerini kurmak, girişimci olmak konusunda güdüleyen hususların neler olduğu sorulduğunda şu cevaplar alınmıştır.

- Kendi kendimin patronu olmak için
- Kocam işten çıkarılmıştı-veya ölmüştü- ailemi ayakta tutabilmek için
- Zamanımı kontrol altına alıp iyi bildiğim işi yapmak için.

Bu cevapları itici ve çekici faktörler olarak ikiye ayırabiliriz. İtici faktörler kadınları iş kurmaya mecbur eden sebeplerdir. Örneğin; kocanın ölmesi, boşanma gibi olaylar bu grubun içinde yer alır. Konuya duyulan ilgi ve istek, mücadele ruhu gibi faktörler ise çekici faktörlerdir (Müftüoğlu, 2001:70-71).

Birçok araştırma kadın girişimciler üzerinde durmuş ve onların psikolojik özelliklerini, güdülerini ve ilham kaynaklarını incelemiştir. Bu konuda Dhillon ve Malhotra (1993) tarafından Delhi’de yapılan bir araştırma sonucuna göre; kadınların girişimci olmalarındaki güdüler sırasıyla: hırs, kendi ilgi alanı, bağımsızlık, finansal zorluklar, konforlu bir yaşam düzeyi, meşgul olma arzusu, konforlu ikili bir rol, yatırım ve istihdam yaratma isteğidir (Kutaniş ve Hancı, 2004).

Gürol ise bu konuda Hisrich tarafından yapılan bir başka çalışmanın sonuçlarından bahsetmektedir. Bu çalışmaya göre en büyük güdü bağımsız olma arzusudur. Bunu iş tatminine ulaşma, kendini gerçekleştirme, fırsatları değerlendirme, para kazanma, statü ve prestij kazanma, güç kazanma, ekonomik gereklilikler ve kariyer güvenliği ihtiyacı takip etmektedir (Arıkan ,2004:285).

2.4. Türkiye’de Kadın Girişimciler

Gelişmiş ülkelerde kadın girişimcilere yönelik çalışmalar, görece daha yoğun olmasına karşın, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır (Yetim, 200?:79).

Türkiye’de kadın girişimciliği 1970’te yaşanan ekonomik bunalım sonrası yapısal dönüşümlerden ve IMF, Dünya Bankası gibi uluslar arası finans kuruluşlarının üçüncü dünya ülkelere önerdiği yapısal uyum politikalarından etkilenmiştir (Yetim, 200?:80). Türkiye’de yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane halkı gelirlerine yönelik geliştirilen stratejilerden biri de kadınların kendi başlarına küçük işyeri kurma girişimleridir (Ecevit, 2000:122-23).

Türkiye’de kadınların küçük girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi ve kadınlar arasında küçük işyeri kurma eğiliminin artması, farklı nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki; haneye ek gelir sağlayabilmek amacıyla, kendi niteliklerini kullanarak, küçük işyerleri kurmalarıdır. İkincisi; yine hane gelirlerindeki azalışa paralel olarak kadınların herhangi bir ücretli işte çalışma isteklerinin artışıdır. Ancak Türkiye’de özellikle başvurulan işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şansları son derece zayıftır. Bu nedenle kendi hesabına çalışma, ücretli bir işte çalışmak isteyip bu tür bir iş bulamayan kadınların başvurdukları bir seçenek olarak ele alınmaktadır (Ecevit, 1998:65-67).

Türkiye’de kadınların sahip olduğu işletmelerin sektörel dağılımına baktığımızda işletmelerin daha çok ‘endüstri’ alanında yoğunlaştıkları görülmektedir. Tablo de görüldüğü gibi, bunu ticaret ve en son olarak da hizmet sektörü izlemektedir (Arıkan, 2004:280)

Tablo 3. Cinsiyete Göre Mikro İşletmelerin Sektör Dağılımı

SEKTÖR	KADIN	ERKEK	TOPLAM
TİCARET	35.5	36.2	35.7
ENDÜSTRİ	36.8	28.5	34.0
HİZMET	27.7	35.3	30.2
TOPLAM	100.0	100.0	100.0

Kaynak: Arıkan (2004:281).

Sektörel bazdaki bu çalışma yanında işkollarındaki dağılım Tablo de görülebilir. Bu tabloya göre kadınlar, parakende satış ve giyim ve aksesuar alanlarında yoğun olarak (toplam % 46) mikro ve küçük işletmelere sahiptirler (Arıkan, 2004:280)

Tablo 4. Cinsiyete Ve Sektöre Göre Mikro Girişimcilerin Dağılımı

SEKTÖR	KADIN	ERKEK	TOPLAM
El Sanatları	9,6	0,4	6,5
Gıda Üretimi	4,4	3,8	4,4
Giyim Ve Aksesuar	19,4	24,3	21,0
Dokuma ve Halıcılık	3,4	2,6	3,1
Restoran/Otel	2,3	6,8	3,8

Tablo 4.'ün devamı

Perakende Gıda Satış	6,2	8,1	6,8
Emlakçılık	6,6	9,4	7,5
Kişisel Hizmetler	9,2	7,7	8,7
Çocuk Bakımı	4,7	0,4	3,3
Mesleki Hizmetler	3,6	7,2	4,8
Perakende Satış	26,7	23,0	25,4
Diğer	3,6	6,4	4,5
Toplam	100	100,0	100,0

Kaynak: Arıkan (2004:281)

DİE sınıflamalarında kadın girişimciler; “kendi hesabına çalışan” ve “işveren” statüsünde belirlenmiştir. Türkiye’de tarım dışı faaliyetlerde kendi hesabına ve işveren olarak çalışan kadın sayısı 2001 yılında 194 bin iken, 2003 yılında bu oran 205 bine yükselmiştir. Bu veriler çerçevesinde, kadınların işveren ve kendi hesabına çalışma statüleri ile eğitim durumları birlikte değerlendirildiğinde, işveren kadınlar arasında okuma yazma bilmeyen ve yalnızca okur yazar düzeyde kadın bulunmamaktadır. İlkokul mezunu 7 bin, ortaokul mezunu 2 bin, lise mezunu 2 bin, yüksekokul veya fakülte mezunu 18 bin kadın bulunmaktadır. Oysa kendi hesabına çalışan kadınlar değerlendirildiğinde bu kadınların eğitim düzeyi işveren kadınlara oranla oldukça düşüktür. Kendi hesabına çalışan kadınlar arasında 30 bin kişi okur-yazar değildir. İlkokul mezunu kendi hesabına çalışan; 78 bin, ortaokul mezunu 11 bin, lise ve dengi okul mezunu ise; 22 bin, yüksekokul veya fakülte mezunu ise; 18 bindir (Yetim, 2007:80).

Tablo 5. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre İş Kurma Nedenleri

Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyi	İş Kurma Nedeni					
	İtme Faktörleri		Çekme Faktörleri		Toplam	
	n	%	N	%	n	%
İlkokul mezunu	36	81,8	8	18,2	44	100
Ortaokul mezunu	16	66,7	8	33,3	24	100
Lise mezunu	48	50	48	50	96	100
Üniversite mezunu	20	33,3	40	66,7	60	100
Toplam	120	53,6	104	46,4	224	100

Kaynak: Yetim (2007:85)

Yapılan bir araştırmada kadınların eğitim düzeyi ile iş kurma nedenleri arasında bir bağlantı yapılmıştır. Buna göre; kadınların eğitim düzeyi düştükçe, kadını girişimci olmaya iten faktörlerin etkisinin arttığı görülmektedir.

ıkış ve inişlere rağmen, kendi hesabına çalışan kadınlar toplam kendi hesabına çalışanların %10' u civarındadır. Tüm işverenler içinde kadınların oranı; %3.3 gibi düşük bir orandır. Hem işverenleri, hem de kendi hesabına çalışanları girişimci diye düşünürsek, Türkiye'de erkek girişimciler, kadın girişimcilerin 7 katıdır. Girişimciyi sadece işveren olarak tanımlayan uluslar arası bir çalışmada bulunan 29 ülke sonuçlarına göre ise; erkek girişimcilerin kadın girişimcilerin iki misli olduğu saptanmıştır. Bu tanıma göre; Türkiye'de erkek girişimciler kadın girişimcilerin 29 katıdır (www.vicebusiness.com.tr). Bu durumun en önemli sebepleri; piyasa araştırması, ürün ve kalite geliştirme, pazarlama teknikleri gibi konularda bilgi eksikliği, teknoloji kullanımında yüksek maliyetler, ataerkil değerler, yetersiz krediler ile mevcut kredilere ulaşmakta yaşanan zorluklardır (www.elegans.com.tr).

Kadın işletmecilerin karşılaştıkları sorunlar birer mikro işletme yöneticisi olarak erkeklerin karşı karşıya oldukları sorunların çoğuna paralel olmakla beraber kadınların erkeklerde söz konusu olmayan bir takım ek kısıtlamaları da vardır (KSSGM, 2000:83).

1. Sosyal Ve Kültürel Ortam

Türkiye ikili bir sosyal ve kültürel yapıya sahiptir. Ankara ve İstanbul ile Ege ve Akdeniz kıyı kentlerinde çok modern bir Avrupa yoneliimi varken, doğu illerinde, küçük kasabalarda kentlerin dış çevrelerinde çok geleneksel topluluklar görülmektedir. Bu ikili yapı kadın girişimciler için farklı olanaklar yanında kısıtlamalar da getirmektedir. Ülkenin daha modern yörelerinde ve ekonominin daha ileri sektörlerinde bile küçük işletmeler yönetmeye teşebbüs eden kadınların çeşitli toplumsal ve kültürel engellerle karşılaştıkları bilinmektedir (KSSGM, 2000:84).

2. Eğitim

Potansiyel kadın girişimciler, sosyal kimlikleri ve sorumluluklarından kaynaklanan problemlerin yanısıra, iş kurma ve devam ettirme konusunda örnek model bulma, yeterli bilgi ve beceri eksikliği gibi sorunlarla da karşılaşmaktadırlar. Bu nedenle

sadece yüksek eğitimli kadınlar formel (kayıtlı) ekonomide başarılı olabilmektedirler. Eğitim düzeyi düşük olan kadınlar ise daha çok kayıtdışı ekonomide çalışmakta ve genel işletme yönetimi ve özellikle kredi olanaklarına erişim, ürün pazarlama konularında sorunlarla karşılaşmaktadırlar (Müftüoğlu, 2004:41).

3. Kadınların Toplumsal Rolünün Algılanışı

Özellikle Cumhuriyet dönemine kadar kadının eğitim ve öğretim imkanlarının çok kısıtlı olması, kadının ev dışında çalışmasının aile yaşamını bozacağı konusunda yanlış inanç ve değerler, onların meslek sahibi olmalarını ve bu yolla ekonomik hayatta aktif katılımlarını, iş piyasasında her iki cinsin eşit şartlarda rekabet edebilmelerini hemen hemen imkansız kılmıştır. (Doğramacı, 1997:112) Türkiye Cumhuriyeti'nin 1923'te kurulmasından sonra kadınlar eğitim, siyasi temsil ve istihdam alanlarında daha geniş olanaklar elde etmişlerdir. (KSSGM, 2000:84). Yalnız, Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte kadınların iş hayatına katılımlarında hemen bir artış olmamış, laikleşme ile birlikte cinsiyete dayalı iş bölümü azalmaya başlamıştır (Doğramacı, 1997:112). Kamu yaşamına bu resmi erişime rağmen kadının toplum içindeki rolü büyük ölçüde geleneksel kültürel değerler tarafından belirlenmeye devam etmektedir. Bu değerler aile içinde bariz şekilde cinsiyete dayalı iş bölümü olduğunun göstergesidir (KSSGM, 2000:84). Erkeğin, “evin ekmeğini kazanan kişi”, kadının da “çocuklarının annesi, evinin kadını” olması anlayışı, değişen toplum yapısında bile aile yapısının özünü fazla değiştirmemiştir. Erkeğin çalışması ekonomik bir etkinlik olarak değerlendirilirken ve bu çalışmanın parasal bir karşılığından söz edilirken, çalışma yaşamına katılan kadın hemen her kadının sahip olduğu bir sıfat olan ev kadınlığı sıfatından uzaklaşmakta, meslek yaşamlarında erkek rakiplerle yarışmalarının yanısıra, rollerini de aksatmamaya çalışarak iki misli sorumluluk üstlenmektedirler (Aytaç, 2001:19). Kadının ev dışında çalışmasının yasaklanmamasına karşılık onlardan çalışmaları da beklenmemektedir (KSSGM, 2000:85).

Bu davranışların kalıntıları Türkiye'de kadınların sahip oldukları mikro işletmelerin çalışma ortamlarına da yansımaktadır. Kredi ve kefalet kooperatiflerinin görevlileri ile banka ve diğer kamu kuruluşlarının temsilcileri, bu çalışma kapsamında yapılan görüşmelerde kadınların küçük işletmelerde çalışmalarına açıkça karşı çıkmışlar ve bu alanda faaliyet göstermelerini destekleyici programların meşruiyetini ve gerekliliğini

tartışma konusu yapmışlardır. Kadınların belli iş alanlarında çalışmak ve mali kaynak sağlamak için kendilerine başvurmaları gereken bu görevlilerin davranışları ve davranışlarından doğan ayrımcılık Türkiye’de kadın işletmeciliği alanında önemli bir sorun oluşturmaktadır (KSSGM, 2000:85).

4.İş Bağlantıları

Daha tutucu topluluk ve ailelerde kadınların yabancılar ve özellikle erkeklerle temas kurmasına izin verilmemektedir. Bu gelenek, kadınların mali kurumlarla, satıcı ve alıcılarla temaslarını sınırlandırmaktadır. Ayrıca kadınların mobilite eksiklikleri-çoğu araç sürücüsü değildir ve toplu taşıma araçlarına serbestçe binemezler- yüzünden bankacılık işlemleri, satınalmalar, pazarlama ve diğer işler onlar adına erkeklerce üstlenilmektedir. Ev eksenli çalışan kadınlar açısından bu yalıtım kadınların piyasa azaltmakta ve yeni teknolojileri öğrenme, ürün tasarımını geliştirme, yeni pazarlar ve fırsatlar yaratma kabiliyetlerini sınırlandırmaktadır (KSSGM, 2000:85-86).

Çelebi tarafından yapılan bir araştırma Türkiye’deki kadın girişimcilerin karşılaştığı problemleri üç temel kategoride incelemektedir: İş Kurma Aşamasındaki Problemler, İşyeri Kurulduktan Sonraki Problemler Ve Mevcut Problemler (Arıkan, 2004:288-289).

İş Kurma Aşamasındaki Problemler

1. Sermaye temini
2. İşyeri arama kiralama
3. Mal temini
4. Donanım, araç, gereç temini
5. Resmi kuruluşlarla ilişkiler
6. Acemilik, yalnızlık ve işi organize edememe
7. Toplumun iş kadınına alışkın olmaması

İşyeri Kurulduktan Sonraki Problemler

1. Acemilik, tecrübesizlik, müşteri ile ilişkiyi bilmeme, işi yürütmede bilgisizlik

2. Müşteri azlığı, parasızlık
3. Para sorunu
4. Yalnızlık, kadın olma, kendini kabul ettirme
5. Personel temini
6. Piyasadaki istikrarsızlık
7. Ödemeler, senetler

Mevcut Problemler

1. Müşteri azlığı
2. Resmi kuruluşlar
3. Kalifiye eleman bulamama
4. Ucuz hammadde-mal temini
5. Kaliteli hammadde-mal temini
6. Enflasyon

Bu problemlerden belki de en önde geleninin finansal kaynaklı problemler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Finansal kaynaklı problemler bütün girişimcilerin sorunu olmakla beraber kadın girişimciler için daha büyük sorun yaratmaktadır. Bunun iki sebebi vardır:

Birincisi; kadınlar finansal güvenilirliklerini belgeleyecek finansal kayıtlara sahip olmadıklarından , genellikle borç veren kuruluşlarla zorluklar yaşamaktadırlar. Borç veren kuruluşların iş tecrübesi, pazar şartları, üretilecek ürün veya servisin yapısı gibi konularla ilgilenmeleri ve birçok kadın girişimci ise bu tür bilgilere sahip olmamaları nedeniyle, çoğunlukla kocalarının ve iş ortaklarının desteğini almak veya kendi kişisel birikimlerini kullanmak zorunda kalmaktadırlar. İkincisi ise, çoğunlukla kadın girişimcilerin finans konusunda özellikle finansal planlama, muhasebe, operasyon ve parasal konularla ilgili anlaşmaların yapılması alanlarında yeterli tecrübe ve kabiliyetlerinin olmamasıdır.

Kadın girişimcileri demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin olarak Nevşehir’de gerçekleştirilen ve 25 kadın girişimci ile yapılan mülakatlar sonucu kadın girişimciler yaşadıkları sorunları şu şekilde sıralamıştır.(Arıkan, 2004:289-290).

1. Pazar koşullarındaki düzensizlik,
2. Siyasal düzensizlik,
3. Finans sektöründeki düzensizlik,
4. Kalifiye eleman teminindeki sorunlar,
5. Hızla değişen teknolojiye ayak uyduramamak,
6. Profesyonel yönetici çalıştıramamak.

Türkiye’de kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunlar için alınabilecek önlemlerden bazıları şu şekilde sıralanabilir:

Kadın girişimcilere yönelik Fon Kaynaklı krediler oluşturularak iş kuracak kadınlara proje desteği, makine ekipman, hammadde de Leasing uygulamaları gerçekleştirilmelidir.

Kadın girişimcilere verilecek krediler damga vergisi ve her türlü harçlardan bağışık olmalı, Kadın girişimcilere her yıl belirlenecek limitler ölçüsünde gelir vergisi istisnası tanınmalıdır.

KOSGEB, TESK, TOBB, Bankalar, Yerel Yönetimlerde kadın girişimcilere rehberlik ve danışmanlık hizmetleri verebilmeli, “Kadın Girişimciliği” birimleri oluşturulmasında gerekli çalışmaları yapmalıdır (www.enistutuncu.com.tr).

BÖLÜM 3: ARAŞTIRMA: GİRESUN ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzdeki anlamıyla Avrupa’da ortaya çıkan girişimci kavramı, diğer kültürlerde oluşan girişimci kavramından temelde farklılıklar göstermektedir. En temel farklılık; girişimci ruhunun ana dinamiği olan sürekli kazanma isteği ve kararlılığının diğer kültürlerde bu kadar baskın olmamasıdır. Bu farklılık da insan değerlerindeki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Bu farklılık kadınları girişimci olmaya yönelten nedenlerde de karşımıza çıkmaktadır. Kadınları girişimci olmaya yönelten nedenler incelendiğinde bu nedenleri, ülkelerin sosyal ve ekonomik durumunun etkilediği görülmektedir. Bu çalışmada Giresun merkez ilde bulunan 35 kadın girişimci, sosyo ekonomik durumları bakımından incelenmiş ve bu kadın girişimciler arasındaki benzerliklerle farklılıklar tespit edilmiştir. Araştırmada, araştırmaya katılan kadınları girişimci olmaya yönelten nedenler üzerinde durulmuştur. Araştırmanın bir diğer amacı; resmi istatistiklerde belirtilen kadın girişimci sayısının gerçekteki kadın girişimci sayısı ile ne kadar uyduğu ortaya konmasıdır.

3.2. Araştırmanın Kısıtları

Giresun Esnaf Ve Sanatkarlar Odası’na kayıtlı kadın girişimci sayısı 2005 Kasım ayı itibarıyla 1285 kişidir. Merkez ilde kayıtlı toplam kadın girişimci sayısı; 570 kişidir. Ancak bazı kadınların, resmi kayıtlarda kendi hesaplarına çalışıyor görünmelerine rağmen ailelerinin ya da akrabalarının özellikle erkek üyeleri için bir paravan teşkil etmesi gerçeği araştırmanın kısıtlarındandır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, GESO’dan alınan kadın girişimci listesinden rastgele seçilen 35 kadın girişimci ile mülakat yöntemi kullanılarak 1 aylık süre zarfında tamamlanmıştır.

3.4. Araştırmanın Örnekleme

Araştırma, 50 kişi ile yapılmıştır. Araştırmanın bahsedilen kısıtlarından dolayı örneklem tamamlanamamıştır.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Giresun merkez ildeki 50 kadın girişimciye ulaşılmaya çalışılırken farklı iş dallarında kayıtlı olan 15 işyerinin işletilmesinde, kayıтта ismi bulunan kadınların işin yönetiminde olmadığı, işi yöneten kişilerle aralarında yakın akrabalık ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu iş alanları; bakkal, minibüsçü, parfümeri, pastahane, lokanta, büfe, kuaför, terzi, piko-nakış, tuhafiyeye ve kırtasiyedir. Akrabalık ilişkileri de genelde; karı-koca, anne-oğul, anne-kız, amca-yeğendir.

Tablo 6. Kadın Girişimcilere Ait Demografik Özellikler

MEDENİ DURUM	Evli	23
	Bekar	5
	Dul	7
ÇOCUK SAYISI	Çocuğu olmayan	10
	1 çocuğu olan	10
	2 çocuğu olan	11
	3 çocuğu olan	2
	4 çocuğu olan	1
	5 çocuğu olan	1
EĞİTİM DURUMU	İlkokul	4
	Ortaokul terk	1
	Ortaokul	4
	Kız Ens.	1
	Akşam Kız Sanat Okulu	1
	Yüksekokul terk	1
	Yüksekokul	1
	Lise terk	1
	Ticaret Lisesi	2
	Düz Lise	14
	Kız Meslek Lisesi	3
	Ünv. Terk	1
	Ünv.	1

Görüşülen kadın girişimcilerin 23'ü evli, 5'i bekar, 7'si duldur. Evli olan 1 kişi boşanma arefesindedir. 10 kişinin 1 çocuğu, 11 kişinin 2 çocuğu, 2 kişinin 3 çocuğu, 1 kişinin 4 çocuğu, 1 kişinin 5 çocuğu ve 10 kişinin de çocuğu yoktur.

Evli olan 23 bayandan 8'inin eşi emeklidir. 8 kişiden 5 kişi eşleri ile beraber çalışmaktadır. Eşlerden 5'i işçi, 5'i serbest meslek sahibi, 1'i mevsimlik işçi, 1'i bankacı, 1'i polis, 1'i mühendis ve 1'i de çalışmamaktadır.

Evli olanlardan sadece 2 kişi evliliklerinin girişimciliklerini olumsuz etkilediği düşüncesindedir. Bu kişilerden birinin düşüncesi şöyledir:

“Çok para kazanabilirdim. Zincirler kurabilirdim. Ama eşim istemedi.” (kişisel görüşme, şubat 2006).

Dul olan kadın girişimcilerden 5'i ölüm ya da boşanmadan sonra işyerlerini ekonomik bakımdan zorlandıkları için açmıştır.

Tablo 7. Kadın Girişimcilerin Yaş Gruplaması

YAŞ GRUPLARI	
60 yaş ve üzeri	1
50-59 yaş arası	6
40-49 yaş arası	13
30-39 yaş arası	10
20-29 yaş arası	5

Deneklerden 1 kişi 60 yaş ve üzerinde, 6 kişi 50-59 yaş aralığında, 13 kişi, 40-49 yaş arasında, 10 kişi, 30-39 yaş aralığında, 5 kişi de 20-29 yaş aralığındadır.

Eğitim durumlarına bakıldığında deneklerin 5'i ilkokul, 7'si ortaokul, 16'sı düz lise, 5'i meslek lisesi, 1'i yüksekokul, 1'i üniversite mezunudur.

Bu veriler ışığı altında araştırmadaki kadınların, evli, çocuklu, orta eğitilmiş ve orta yaşlı oldukları söylenebilmektedir. Kadınların evli ve çocuklu olmaları onların girişimciliklerini etkilememektedir.

Tablo 8. Kadın Girişimcilerin Girişimleri İle İlgili Özellikler

KRİTERLER		KİŞİ SAYISI
İŞ DALI	Çeyiz	1
	Çiçekevi	1
	Lokanta	1

Tablo 8.'in devamı

	Kafeterya	1
	Kırtasiye	1
	Konfeksiyon	9
	Kuaför	7
	Mefruşat	2
	Mobilya	1
	Örgü-Triko	1
	Takı	1
	Taksici	1
	Terzi	7
	Vcd Kiralama	1
KURULUŞ YILI	1973-1989	8
	1990-1999	9
	2000-	21
KURULUŞ NEDENİ	Ekonomik nedenlerden dolayı	27
	Zamanını değerlendirmek için	2
	Siyasi nedenlerden dolayı	1
	Çocukların velayetini almak için	1
	Kendi işini kurmak istediği için	2
	Sevdiği için	2
FİNANS KAYNAĞI	Kendi ve eşinin birikimi	8
	Aile desteği	9
	Kendi ve eşinin birikimi, kredi	1
	Kendi birikimi ve kredi	2
	Kendi birikimi ve aile desteği	2
	Kendi birikimi	7
	Kendi birikimi ve borç	1
	Eşinin birikimi	2
	Borç	1
	Aile desteği ve borç	1
	Kredi	1
ÇALIŞANLAR	İşçi Çalıştıranlar	16
	İşçi Çalıştırmayanlar	19

İşyeri kurma yıllarına bakıldığında, 1973-1989 yılları arasında 8 işyeri, 1990-1999 yılları arasında 9 işyeri, 2000 yılından sonra da 21 işyerinin kurulduğu görülmektedir. Buna göre; 2000 yılından sonra kadın girişimcilerin sayısında artış olduğu söylenebilmektedir.

Kadın girişimcilerden 27'sinin iş kurma nedeni ağırlıklı olarak ekonomik nedenlerdir. Kadınlardan 2'si; zamanını değerlendirmek için, 1'i siyasi nedenlerden dolayı, 1'i çocuklarının velayetini almak için, 2'si kendi işini kurmak için, 2 kişi de sevdiği için işyerlerini açtıklarını söylemektedir.

Araştırmaya katılan kadınların işyerlerini açma nedeni çoğunlukla itici faktörlerden kaynaklanmaktadır. Eş işinin bozulması, eş ölümü ya da boşanma, yapacağı başka bir mesleğinin olmaması bu gibi itici faktörlerdendir.

İşyerini siyasi nedenlerden dolayı açtığını söyleyen kişi açma nedenini şu şekilde aktarmıştır:

“Burası bir işyerinden daha ziyade belirli bir adresin yeridir. Çevrem hem siyasi hem de sosyal yönden çok geniş olduğundan bir derdi olan bu dükkana gönül rahatlığıyla gelir, derdini anlatıp gider ve o problemi ben gerekli yerlere iletip çözmeye çalışırım. Yani partiyi eve taşıyamazdım, evi partiye taşıyamazdım. Ben de böyle bir girişimde buldum.” (kişisel görüşme, şubat 2006).

Zamanını değerlendirmek istediği için işyerini açan bir kadın girişimcinin söyledikleri de şu şekildedir:

“Çocuğum olmuyordu. Ben de zamanımı değerlendirmek için böyle bir işyeri açtım. Daha sonra koruyucu annelik yapmaya başladım. Ekonomik nedenlerden dolayı şu an devam ediyorum.” (kişisel görüşme, mart 2006).

Kadınların girişimcilik faaliyetleriyle ilgili olarak informel kaynaklardan yararlandıkları elde edilen bulgular arsındadır. Kadınlardan sadece 3 kişi kredi kullandığını belirtmektedir.

Araştırma kapsamına alınan 35 kadın girişimcinin 16'sı yanında işçi çalıştırmaktadır. Buna göre; 4 kişi 3 eleman, 8 kişi 1 eleman, 3 kişi 2 eleman, 1 kişi de 4 eleman çalıştırmaktadır. 19 kişi yanında hiç eleman çalıştırmadığını söylerken bu kişilerden 4

kişinin yanlarında yardımcı olarak (sigortasız) yeğenin, ablasının, kuzeninin ya da kız kardeşinin olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimciler; eleman seçerken daha çok güler yüze önem verdiklerini söylemektedir.

Tablo 9. Kadın Girişimcilerin İşle İlgili Sorunları, Hedefleri, Ailelerinin Girişimcilik Durumu, Reklama ve Ortaklığa Bakış Açıları

İŞLE İLGİLİ SORUNLAR	Halkın alım gücünün düşük olması	12
	Müşteri	11
	Finansman	3
	Rakipler	1
	Sorun yaşamayan	8
HEDEFLER	Aynı çizgiyi sürdürmek	27
	Dünya tv lerinde marka olmak	1
	Başka il ya da ilçelerde şube açmak	1
	Başka şehirde işyeri açmak	1
	Teknolojik aletler kullanmak	1
	Mekan olarak büyütmek	3
	Bulunduğu şehirde en iyi olmak	1
AİLEDEKİ GİRİŞİMCİLER	Ailesinde kendinden başka girişimci olan	11
	Ailesinde kensdinden başka girişimci olmayan	24
REKLAM	Reklam kullanan	12
	Reklam kullanmayan	23
ORTAKLIK	Ortaklık düşünen	2
	Ortaklık düşünmeyen	32
	Ortaklık yapan	1

İşle ilgili sorunlarda 12 kişi halkın alım gücünün düşük olmasını problem olarak gösterirken, 11 kişi müşteri ile problem yaşadığını, 3 kişi finansmanının yetersiz olduğunu, 1 kişi de rakiplerden dolayı problem yaşadığını söylemektedir. 8 kişi hiç problem yaşamadığını belirtmektedir. Ancak araştırmaya katılan kadınların genel olarak fındık piyasasındaki olumsuzluklardan çok etkilendikleri saptanmıştır.

Halkın alım gücünün düşük olmasını en büyük problem olarak gören bir kadın girişimcinin düşünceleri şöyledir:

“Halkın alım gücü her geçen gün biraz daha azalıyor. Giresun’u artık ticari anlamda sevmiyorum. 3,4 yıl daha burada kalmak istemiyorum. Genç olduğum için kendimi farklı şehirlerde de görmek istiyorum. Çünkü kapasitemin olduğunu biliyorum. Fındık parası bizi çok etkiliyor. Ürünü satıyoruz, 15 gün sonra fındık parası alınca vericem diyor, fakat müşteri parasını alamayınca biz de paramızı alamıyoruz. Şu anda alışveriş de yok.” (kişisel görüşme, şubat 2006)

Müşteri ile problem yaşayan kadın girişimcilerden bir tanesi taksicilik yapmaktadır. Söyledikleri ise şöyledir:

“Müşteriler en büyük problem. Müşteri, inşaat malzemesi taşıtmak için çağırıyor, beni görünce de sen mi geldin, bunu nasıl yükleyeceksin diyor. Kapı, dolap götürmemi istiyorlar. Ben böyle işlere girmem dedim.” (kişisel görüşme, şubat 2006)

Müşteri ve iş yaptığı bazı kişilerle türbanlı olduğu için problem yaşayan bayan kuaförünün söyledikleri ise şöyledir:

“Bizim tek problemimiz; bazen öyle bir müşteri geliyor ki biz kapalı olduğumuz için rahatsız oluyor. Düşünce farklılığı oluyor. Mesela; kuaför dergisinden bir muhabir geliyor. Biz kapalıyız diye rahatsız oluyor. Dergilere bir de türban ekleyelim diyorum . Türbanlı gelinlik olur mu diyor. Onun dışında müşterilerle iyiyiz.” (kişisel görüşme, şubat 2006).

İşle ilgili hedefler konusunda 27 kişi büyük hedeflerinin olmadığını, 1 kişi dünya televizyonlarında marka olmayı hedeflediğini, 1 kişi başka il ya da ilçelerde şube açmak istediğini, 1 kişi işine başka şehirde devam etmek istediğini, 1 kişi daha teknolojik aletler kullanmak istediğini, 1 kişi bulunduğu şehirde en iyi olmak istediğini, 3 kişi de işyerini mekan olarak büyütmek istediğini belirtmiştir. Bazılarının ise şartlara göre karar değiştirecekleri saptanmıştır. Örneğin bir kadın girişimci şunları söylemiştir:

“Memurluk sınavına hazırlanıyorum. Eğer kazanırsam işi devretmeyi düşünüyorum. Kazanamazsam yine devam edeceğim.” (kişisel görüşme, şubat 2006).

Bunun yanısıra başka girişimlerde bulunmayı düşünür müsünüz sorusuna 27 kişi hayır yanıtını verirken 8 kişi de evet yanıtını vermiştir. Ancak evet yanıtını verenler daha çok hayallerini anlatmışlardır. Rasyonel değillerdir. Bu duruma örnek olarak bir kadın girişimcinin konuşması şu şekildedir:

“Ben buraya bir çikolata fabrikası kurmak isterim. Fiskobirlik fındığı pazarlayamıyor, ben satışı da yaparım, çikolata üretimini de yaparım. Güzel de işletirim ya da 200 000 ytl olsun şu an oto kiralama yeri açarım çünkü çok para var.” (kişisel görüşme, şubat 2006)

Diğer yandan hayır yanıtını verenlerin genel düşüncesi şu kadın girişimcinin düşüncesine benzemektedir:

“Başka bir girişimde bulunamayız, çünkü burayı yürütemiyoruz. Kimse fındığı satamadı, para yok, piyasa çok kötü. Hep iyi diyorlar ama biz iyi yerini hiç göremiyoruz. Halk fakir.” (kişisel görüşme, mart 2006).

“Giresun’da ancak bu dükkkanı çevirebiliyorum, piyasa kötü ikinci dükkkanı kaldıramam şu anda.” (kişisel görüşme, mart 2006).

Kadınların (eşleri dışında) aile hayatına baktığımızda ailesinde kendinden başka girişimci olan 11 kişidir. Ailesinde kendinden başka girişimci olmayan 24 kişidir.

Kadınların çoğu reklam kullanmamaktadır. Kullanmayanların genel düşüncesi bir kadın girişimcinin şu sözleriyle özetlenebilir:

“Hiç reklam yapmadım. Benim işim beni reklam yapsın diye düşündüm. Bana gelen beni reklam yapsın diye düşündüm. Yaptığım iş sana dönüyor.” (kişisel görüşme şubat 2006).

Araştırmaya katılan kadınların ortaklık konusunda temkinli davrandıkları, yakın çevrelerinden duydukları ortaklık ile ilgili olumsuz olaylardan etkilendikleri saptanmıştır.

Tablo 10. Kadın Girişimcilerin Neden Buldukları İş Dalını Tercih Ettikleri İle İlgili Düşünceleri

DÜŞÜNCELER	KİŞİ SAYISI
Daha önce aynı iş dalında çalıştığı için	6
Sektörde boşluk olduğu için	3
Eşi istediği için	1
Tesadüf	2
Eğitimini aldığı için	3
Kendini yakın hissettiği için	5
El becerisi olduğu için	5
Kolay olduğu için	1
Az sermaye gerektirdiği için	2
Sevdiği için	7

Kadın girişimcilere neden buldukları iş dalını tercih ettikleri sorusuna 6 kişi daha önce aynı iş dalında çalıştığı için, 3 kişi o iş dalında şehirde boşluk olduğu için, 1 kişi eşi istediği için, 2 kişi tesadüf sonucu, 3 kişi eğitimini aldığı için, 5 kişi kendini yakın hissettiği için, 5 kişi el becerisinin olduğu için, 1 kişi kolay olduğu için, 2 kişi az sermaye gerektirdiği için, 7 kişi sevdiği için yanıtını vermiştir.

Tablo 11. Kadın Girişimcilerin Kendilerini Hangi Yönde Farklı Gördüğü İle İlgili Düşünceler

DÜŞÜNCELER	KİŞİ SAYISI
Rekabet yapmayan	5
Bulduğu şehirde ilk kendisinin çalıştığı işi ciddi anlamda başlatması	4
Yaratıcı, itinalı, çeşit, titiz, yenilikçi, kaliteli,müşteri memnuniyeti	17
Eğitim	3
Bayan olması	3
Fiyat	2
Tecrübe	1
Mekan	1
Ailelere yönelik satış	1

35 kadın girişimciden 5'i rekabet yapmadığını belirtmektedir. Bu konuda bir kadın girişimcinin düşünceleri şöyledir:

“Kesinlikle rekabetçi değilim. Mefruşatçılar olarak biz birbirimiz çok yardımcı oluyoruz, birbirimize müşteri gönderiyoruz ve birbirimizin hatalarını müşteriye dile getirmeden düzeltiyoruz.” (kişisel görüşme, şubat 2006)

Kapalı bir bayan kuaförü olan bir girişimci rakiplerinden farklılığını şu şekilde dile getirmiştir:

“Giresun'da sırf kapalı bayan çalışan yer kuaför olarak bizim dükkanımız. Kapalı müşterilerimiz bu yüzden çok. Erkek girmiyor. Namaz kılmak için yerimiz de var. Burada hem süsleniyoruz, hem dini vecibelerimizi yapıyoruz. Müşteri de öyle. Bu da en büyük farkımız.” (kişisel görüşme, Şubat 2006)

Bu konuda araştırmada elde edilen bulgulardan bir diğeri de; faaliyet gösterilen iş dalının eğer öncelikle kadınları ilgilendiriyorsa (kuaför, çeyiz, terzi vb.) bu durumda girişimcinin de kadın olması daha çok tercih edilirliliği arttırdığıdır.

Kadınların girişimcilik ile ilgili düşünceleri; sadece kişilik özelliklerinin gerekli olduğunu düşünen 1 kişi, öğrenilebilen bir süreç olduğunu düşünen 20 kişi, özgüvenle 3 kişi, istekle 5 kişi, ciddiyetle 1 kişi, cesaret ve sabırla 4 kişi, özveri ile olacağını düşünen 1 kişidir. Ancak kadınların büyük çoğunluğu ailelerinin manevi desteği olmazsa bu işi yapamayacaklarını söylemektedir.

Girişimciliğin kişilik özelliği olduğunu düşünen 1 kişi eşinden hiçbir manevi destek görmediğini belirtmektedir.

Girişimciliğin sonradan öğrenilebilen bir süreç olduğunu belirten bir girişimcinin düşünceleri şu şekildedir:

“Ben doğuştan gelen yeteneklere inanmıyorum. Herkes normal doğar, kimse parayla pulla doğmaz. Ama bulunduğun ortam, çevre faktörleri çok önemli, bir de ne istediğin çok önemli.”

Daha önceki çalışma hayatında yapan memurluk yapan 3 kişiden 2'si bu girişimcinin düşüncesindedir:

“Eğer daha önce memurluk yaptıysanız, çok yumuşak yüzlü ve duygusal oluyorsunuz. O yüzden memurluktan gelen bir kişinin özellikle bir bayanın iyi bir ticaretçi olacağına pek imkan vermiyorum. Çok toleranslı oluyorsunuz.” (kişisel görüşme, Şubat 2006)

Diğer memurluktan emekli olan kadının girişimci ise; ticaret yapmak istemediğini, kendisine kalsa böyle bir yer açmayı düşünmeyeceğini belirtmektedir.

Kadın olmanın bulunduğunuz iş dalındaki avantaj ve dezavantajı var mı sorusuna 2 kişi kadın olmanın avantajından çok dezavantajının olduğunu düşünmektedir. Bu kişilerden birinin düşüncesi şu şekildedir:

“Bence kadın olmanın bir avantajı yok. Kadın müşteriler yüz buluyorlar. Kadın müşteriler, erkeklere, daha çekimser, daha disiplinli davranıyor. Ama bize gelince daha seviyesiz davranılıyor. Borçlarını, bizden korkmadıkları için ödemiyorlar. İşyeri sahibi kadın olunca, daha yüz buluyorlar.” (kişisel görüşme, Mart 2006).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilgi toplumunda ekonomik gelişmenin başat unsuru olan girişimci, bulunduğu ülkenin sosyo kültürel ve ekonomik ortamından etkilenmektedir . Girişimcileri etkileyen bu faktörlerin oranları kimi zaman aynı ülkenin farklı bölgelerinde de kendini göstermektedir. Bu yüzden ülkelerdeki girişimci karakteristikleri birbirinden farklı olabilmektedir.

Girişimciliğin ekonomideki önemini kavrayan toplumlar, insanlarını ve özellikle gençlerini girişimci olarak yetiştirme ve onları girişimci olarak sahaya çıkarma uğraşısı içindedir.

Bilgi toplumuna geçilirken yeni bir anlam kazanan girişimcilik konusunda ülkemiz büyük bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin başlıca kaynağı; genç, hırslı ve sağlıklı nüfus yapımızdır.

42 ülkenin insanların başarı güduları ve girişimcilik kabiliyetleri açısından yapılan bir araştırmada Türkiye ilk sırayı, ABD ikinci sırayı ve üçüncü sırayı Arjantin almıştır. Buna göre; Türk insanının özünde bu niteliklerin bulunduğu söylenebilmektedir. Bu yüzden eğitim sistemimiz insanlarımızın bu özelliğini kaybettirecek şekilde değil, ortaya çıkartıp geliştirerek etkinleştirmek şeklinde olmalıdır.

Ülkemizin girişimci olarak kullanamadığı büyük bir potansiyel de ülke nüfusunun önemli bir bölümünü oluşturan kadınlardır. Varolan kadın girişimciliğinin büyük bir kesimi de girişimciliğin genel karakteristiklerini taşımamaktadır. Bunun nedenleri; sosyo-kültürel ortam, eğitim, aile, ülkenin ekonomik durumu gibi değişik nedenlerden kaynaklanabilmektedir.

Türkiye’de girişimci kadınların eğitim düzeyine baktığımızda üniversite mezunu olanların sayısı azımsanmayacak kadar çoktur ancak, orta eğitim seviyesinde olan kadın girişimci % 40 oranındadır. ABD’de ise; kadın girişimcilerin çoğunluğu yüksek eğitim seviyesindedir ve daha çok İşletme eğitimine sahiptirler.

Kadınları girişimci olmaya hem iten hem de çeken faktörler vardır. Bu faktörlerin oranı ülkelerin gelişmişlik düzeyine, hatta bölgelerin gelişmişlik düzeyine göre aynı ülkede farklı oranlar da çıkabilmektedir. Bu durum, Türkiye’nin ikili bir sosyal

kültürel yapıya sahip olması, bölgeler arasındaki gelişmişlik düzeyinin farklı olması gibi nedenlerle Türkiye'nin farklı bölgeleri için de geçerlidir.

İtici faktörlerin; ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanan işsizlik sorunu, kadınlara uygun olmayan iş koşulları, ücretli işlerde cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmaları sayılabilirken, çekici faktörler ise; bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme isteği, aile ve iş yaşantısı arasındaki dengeyi kurabilme isteği sayılabilmektedir.

Farlı ülkelerde yapılan araştırmalarda kendi hesabına çalışan kadın sayısındaki artış ile ülkelerin yapısal işsizlik sorunlarını ilişkilendiren çalışmalara yer verilmiştir. Bu çalışmalarda kadınların ekonomik zorunluluklar nedeniyle girişimci oldukları, işçi azaltımının ve esnek istihdam politikalarının kadınları küçük işyeri açmaya ittiği vurgulanmıştır. Diğer yandan ABD'de yapılan çalışmalarda kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri çoğunlukla çekici faktörlerden oluşmaktadır.

Bu tezde, girişimciliğin ekonomideki önemi ve kadınları girişimci olmaya yönelten nedenler üzerinde durulmuştur.

Yapılan araştırma sonucu ile ortaya çıkan kadın girişimci profili bu alanda yapılacak çalışmalara örnek oluşturabilecek niteliktedir. Bu alanda yapılacak çalışmalar, hem genel olarak Türkiye'deki kadın girişimci profilinin hem de bölgeler arasındaki kadın girişimciliğinin farklılıklarının daha net ortaya çıkmasına neden olacaktır. Böylelikle kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar daha belirginleşecek, alınacak önlemlerin ve uygulanacak stratejilerin buna göre belirlenmesi için yol gösterici olacaktır.

Araştırmanın sonucuna göre; etkin bir kadın girişimciliğinden bahsedilememektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu itici faktörler ile girişimci olmuşlardır. İtici faktör olarak en büyük neden ekonomik nedenlerdir. Neden girişimcilik diye irdelendiğinde kadınların buldukları şehirde başka bir iş yapmaya imkanlarının olmaması ve küçük yaşta aldıkları el becerisine dayalı eğitimin büyük etkisi vardır.

Araştırmanın sonucunda meslek liselerinin ve meslek edinme kurslarının da önemi ortaya çıkmıştır. Terzilik, kuaförlük gibi iş dallarında alınan mesleki eğitim ve kursların kadınların işyerlerini açmalarında etkili olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerin kuaförlük, terziilik gibi işlerde ilk önce başkasının yanında çalışarak tecrübe ve çevre edindikleri daha sonra kendi işyerlerini kurdukları belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan kadınların büyük çoğunluğu 'evcimen' kadın girişimci tipidir. Yine büyük çoğunluğu da hayatlarının belirli bir döneminde işsiz kalma korkusuyla işyerini açmıştır aynı zamanda girişimcinin temel karakteristik özelliklerini araştırmaya katılan kadınların büyük çoğunluğu taşımamaktadır.

Araştırmanın bir bulgusu da araştırmaya katılan kadın girişimcilerin, Giresun halkının önemli bir geçim kaynağı olan fındığın piyasada yaşadığı olumsuzluktan etkilenmesidir.

Türkiye'de, Kamu Kuruluşları ve Sivil Toplum kuruluşları olarak kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren kuruluşlar vardır. Kamu kuruluşlarından KOSGEB (Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) 1990 yılında kurulmuş ve girişimciliği destekleme alanlarında en yoğun faaliyet gösteren devlet kurumlarının başında gelmektedir. KOSGEB; girişimciliği desteklemek ve girişimlerin uzun ömürlü olması için eğitim ve danışmanlık hizmeti vermektedir. Sivil toplum kuruluşlarından KAGİDER de; işsiz kadınlara iş yaratma ve kadınların evde iş yapmasına imkan sağlamak yerine, ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını arttırmak ve varolan kadın girişimcileri güçlendirmek, Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlamak ve böylece Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmak misyonu ile faaliyet göstermektedir.

Ancak tek başına sivil toplum kuruluşları yeterli değildir. Ülkede uygulanan sosyo ekonomik politikalar da kadın girişimciliğinin sağlıklı bir şekilde yaygınlaşmasında, sürdürülebilmesinde ve ilerleyebilmesinde etkilidir. Bu yüzden hükümetlerin bu alanlarda yapacakları uygulamalar da çok etkilidir. Ancak kadın girişimciliği, kadınların çalışma yaşamına katılımları gibi daha geniş bir konunun özel parçası olduğu için, bu alanda konulacak hedeflerin ve oluşturulacak politikaların kadın işgücününün güçlenmesine ilişkin genel politikalara ters düşmemelidir. Kadın girişimciliği, mikro kredilerle desteklenmeli, kadın istihdamının teşviki için özellikle mahalli idarelerin kreş v.b destek mekanizmaları geliştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- ALADA, Dinç (2000-2001), “İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar”, *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Yayın No: 23-24
- ALPUGAN, Oktay (1998), **Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu, ve Yönetimi**, Ankara
- ALPUGAN, O., H. Demir, M. Oktav ve N. Üner (1997), **İşletme Ekonomisi Ve Yönetimi**, Beta Yayın No: 538, 5. Basım, İstanbul
- ARDA, Erhan (2002), **Ekonomi El Sözlüğü**, Alfa/Aktüel Kitabevi, Alfa Yayınları No 1213, Dizi No: 44 İstanbul
- ARIKAN, Semra (2004), **Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Siyasal Kitabevi, Ankara
- AYTAÇ, Serpil (2001), **Çift Kariyerli Eşler Ve Çalışma Yaşamındaki Yeri**, Ezgi Kitabevi, Bursa
- BULL, Ian (1996), **Entrepreneurship: Perspectives On Theory Building**, Tarrytown: NY: Elsevier
- CHICKEN, John C. (2002), **Yönetim ve Girişimcilik**, Epsilon,1. Baskı
- ÇELİK, Adnan ve Tahir Akgemci (1998), **Girişimcilik Kültürü Ve Kobiler**
- ÇETİNDAMAR, Dilek (2002), **Türkiye’de Girişimcilik**, Yayın No:TÜSİAD-T/2002 -12/340, Aralık.
- DOĞRAMACI, Emel (1997), **Türkiye’de Kadının Dünü ve Bugünü**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genel Yayın No: 300, Ankara.
- DOLGUN, Uğur (2003), **Girişimcilik**, Alfa/Aktüel Kitabevi, 1. Baskı, İstanbul.
- ECEVİT, Yıldız (1993) “Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve

Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın Ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No:74.

ECEVİT, Yıldız (2000) “Çalışma Yaşamında Kadın Emeğinin Kullanımı Ve Kadın-Erkek Eşitliği”, Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş, Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset, TÜSİAD.

ERTÜRK, Yakın (1993), “Girişimcilikte Örgütlü Dayanışma Yaklaşımı; Hindistan’dan Bir Örnek”, Kadını Girişimciliğe Özendirme Ve Destekleme Paneli. Devlet Bakanlığı Kadın Ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü Ve Sorunları Genel Müdürlüğü. Eğitim Serisi Yayın No:74 Ankara.

ÇELEBİ, Nilgün (1993), **Kadın Girişimciliğini Özendirme Ve Destekleme Konusunda Politikalar**, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın Ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No:74

EFE, İsmail (1999), **İşletmelerde Yönetim Ve Organizasyon**, Alfa Yayın No: 613, 6. Baskı

GERBER, Michael E. (1996), **Girişimcilik Tutkusu**, Sistem Yayıncılık, Yayın No: 94, 5. Baskı, İstanbul.

GÜROL, Mehmet Ali (2000), **Türkiye’de Kadın Girişimci Ve Küçük İşletmesi**, Atılım Ün. Yayını-2, Ankara.

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

<http://www.dtm.gov.tr>.

<http://www.elegans.com.tr>.

<http://www.enistutuncu.com.tr>

<http://www.kobifinans.com.tr>.

<http://www.rekabet.gov.tr>.

<http://www.vicebusiness.com.tr>.

İRRAZ, Rıfat (2005), **Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Çizgi Kitabevi, Yayın No: 133, Konya.

KARADEMİR, Şerafettin (2004), “Hangisinde Samimiyiz”

<http://www.ekocerceve.com/yazarlarDetay.asp?yaziID=2180&yazarID=135>

26/11/2005

KSSGM (2000), **Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi**

MACMILLAN, C. ve John Katz (1996), **Indiosyncratic Milieus Of Building**
Tarrytown: NY: Elsevier

MUCUK, İsmet (2003), **Modern İşletmecilik**, Türkmen Kitabevi, 14. Basım İstanbul

MÜFTÜOĞLU, Tamer (2001), **Girişimcilik**, AÜ İşletme Fakültesi Ders Kitapları
Yayın No: 18, 6. Baskı, Eskişehir

MÜFTÜOĞLU, Tamer (2004), **Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Tülin, Gazi Kitabevi,
Ankara

MÜFTÜOĞLU, Tamer, Y. Ürper, M. Başar, T. Tosunoğlu (2004), **Girişimcilik**
Anadolu Üniv. Yayın No: 1567, Açıköğretim Fakültesi Yayın No:824

ÖZEN KUTANIŞ, Rana ve Ayşegül Hancı (2004), “Kadın Girişimcilerin Kişisel
Özgürlük Algılamaları”, **3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi
Bildiriler Kitabı**, Osmangazi Üniv. İİBF. Yayın No: 108, Eskişehir

ÖZEN KUTANIŞ, Rana (2003), “Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın
Girişimciler”, *11. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi*, Afyon

SABUNCUOĞLU, Zeyyat ve Tuncer Tokel (2001), **İşletme**, Ezgi Kitabevi, Bursa

ŞAHİN, Hüseyin (2000), **Türkiye Ekonomisi**, Ezgi Kitabevi, 6. Baskı, Bursa

TEZCAN, Mahmut (1999), **Ahilik Çerçevesinde Oluşan Türk Kültürünün Temel
Taşları**, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları:2350, Hagem Yayınları:288, Kırşehir

TRABZON ESNAF VE SANATKARLAR ODASI (2000), **Ahilik**

TOSUNOĞLU, Tuğberk (2003), *Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri*, Basılmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

THACKRAY, Rachelle (2004), **Adım Adım Girişimcilik**, Elips Kitap, 1. Baskı

TUTAR, Hasan ve Orhan Küçük (2003), **Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yönetimi**

TİTİZ, Tınaz (1994), **Girişimcilik**, İnkılap Kitabevi, İstanbul

YETİM, Nalan (200?), "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği"
<http://155.223.1.158/edergi/akademikb/c2s2/8pdf> 12.04.2006

EK

1-İşyerinizi kaç yılında kurdunuz? Sizi girişimci olmaya iten en önemli faktörler nelerdir? En çok desteği kimden gördünüz?

2-Evli/Bekar/Dul olmanız girişimci olmanızdaki kararınızı nasıl etkiledi? Çocuğunuz var mı? Yaşınız kaçtır?

3-Evli iseniz eşinizin mesleği nedir?

4-Neden bu iş dalında yer almak istediniz?

5-Eğitim durumunuz nedir?

6-Eğitiminizin bulunduğunuz iş dalındaki avantaj ve dezavantajı nedir?

7-Bulduğunuz iş dalında kadın olmanın avantaj ve dezavantajları nelerdir?

8-Yanınızda çalıştırdığınız elemanınız var mı? Varsa kaç kişi? Eleman seçerken sizin için en belirgin kriter ne oluyor? Bu kişileri bulmakta zorlandınız mı? Ailenizden çalıştırdığınız elemanınız var mı? Neden aileden birini seçtiniz?

9-Kendinizi rakiplerinizle karşılaştığınızda sizce onlardan en önemli farklılığınız nedir?

10-Daha önce çalışma hayatında yer aldınız mı? Çalışma hayatına tekrar başlamak isteseniz yine girişimci olmak ister miydiniz?

11-Başka girişimlerde bulunmayı ister miydiniz?

12-Bulduğunuz şehir dışında olsaydınız yine girişimci olur muydunuz?

13-İşle ilgili karşılaştığınız temel sorunlar nelerdir? İşyeri kendinizin mi?

14-Finans ile ilgili konuları nasıl hallettiniz? Gelecekteki finans kaynağınızı belirlediniz mi?

15-İki ya da beş yıl sonra firma olarak kendinizi nerde görmek istersiniz?

16-Bu işe başlarken en büyük probleminiz neydi? Kadın olmanızdan dolayı herhangi bir problemle karşılaştınız mı?

17-Ailenizde girişimci var mı?

18-Tanıtım için reklam kullanıyor musunuz? Hangi tür reklam kullanıyorsunuz?

19-Ortak bir girişimde bulunmayı düşünür müsünüz?

20-Girişimci olmak için sizce doğuştan gelen bazı yeteneklere mi sahip olmak gerekiyor? Yoksa girişimci sonradan da olunabilir mi?

ÖZGEÇMİŞ

1980 yılında Babaeski'de doğdu. İlk ve orta eğitimini 1985-1993 yılları arasında Babaeski'de, lise eğitimini 1993-1997 yılları arasında Kırklareli Atatürk Lisesi'nde,(yabancı dil ağırlıklı), tamamladı. 1997 yılında Karaelmas Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü'ne girdi ve 2001 yılında mezun oldu.

2003 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümünde Yüksek Lisans eğitimine başladı.

2004-2006 yılları arasında özel bir şirkette Ticaret Uzmanı olarak çalıştı.