

148257

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

148257

**GİRİŞİMCİLİKTE CİNSİYET FAKTÖRÜ VE KADIN
GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ayşegül HANCI

Enstitü Ana Bilim Dalı : İŞLETME

Enstitü Bilim Dalı : YÖNETİM VE ORGANİZASYON

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Rana Özen KUTANİS

Haziran – 2004

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GİRİŞİMCİLİKTE CİNSİYET FAKTÖRÜ VE KADIN
GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ayşegül HANCI

Enstitü Ana Bilim Dalı : İŞLETME

Enstitü Bilim Dalı : YÖNETİM VE ORGANİZASYON

Bu tez 08/06/2004 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği/Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

Doc. Dr.

Sartan BAYRAKÇIAROĞLU

Jüri Başkanı

Yrd. Doc. Dr.

Rona ÖZGEN KUZANIS

Jüri Üyesi

Yrd. Doc. Dr.

Fatma FİDAN

Jüri Üyesi

ÖNSÖZ

Günümüzde girişimcilik ülke ekonomisinin önemli bir bölümünü teşkil ederken, kadınların zaman içinde topluma kendilerini kanıtlamaları, girişimcilerin kadın ve erkek olarak ayrılmasını sağlayarak girişimcilikle cinsiyet faktörünü ortaya çıkarmıştır.

Kadın girişimcilerin ülke ekonomisine sağladıkları katkıların yanında, zaman içinde elde ettikleri ekonomik hak ve özgürlükleri toplum tarafından kabul edilen bir gerçektir. Bu gerçeklik girişimcilikte kadın girişimleri araştırma konusu haline getirmektedir.

Çalışmamda gerekli dokümanlara ulaşmamda ve beni böylesine bilimsel bir konunun hazırlanmasında başından beri teşvik ederek desteğini esirgemeyen değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Rana Özen KUTANİS'e ve çalışmalarımda beni sonuna kadar destekleyen Anneme ve Babama teşekkür ederim.

Ayşegül HANCI
Sakarya, Haziran 2004

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	iv
ÖZET	v
SUMMARY	vi

GİRİŞ	1
BÖLÜM 1. TEMEL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI	5
1.1. Girişimcilik Kavramı	5
1.2. Benzer Kavramlarla İlişkisi.....	7
1.2.1. Girişimci - Sermayedar	7
1.2.2. Girişimci - Yönetici.....	8
1.3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	9
1.4. Farklı Görüşlerle Girişimcilik Kavramı	10
1.4.1. Yenilikçilik Yeteneğini Savunan Görüş.....	10
1.4.2. Yaratıcılık Yeteneğini Savunan Görüş.....	11
1.5. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler.....	11
1.5.1. Bir Süreç Olarak Girişimcilik	14
1.6. Girişimcilik Biçimleri	16
1.7. Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü.....	20
1.7.1. Cinsiyet ve Rol Tutumları.....	20
1.7.2. Kadın Girişimcilerle Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar.....	23
1.7.3. Türkiye’de Kadınların Sahip Olduğu İşletmelerin Sektörel Dağılımı	31
BÖLÜM 2. KADIN GİRİŞİMCİLER.....	36
2.1. Kadın Girişimcilerle İlgili Tanımlar	36
2.2. Kadın Girişimci Tipleri	37
2.3. Kadın Girişimcilerin Hareket Noktaları ve Karakteristik Özellikleri	38
2.4. Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyi	41
2.5. Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Zorluklar	42

2.5.1. Sosyal ve Kültürel Ortam.....	42
2.5.1.1. Eğitim.....	43
2.5.1.2. Kadının Toplumsal Rolünün Algılanışı	43
2.5.1.3. İş Bağlantıları	44
2.5.1.4. Aile Tepkileri	44
2.5.2. İş Yükü.....	45
2.5.3. Aile İçinde Güç İlişkileri.....	46
2.6. Kadın Girişimciliğini Destekleme Politikaları.....	47
2.6.1. Eğitim ve Beceri.....	47
2.6.2. İş Piyasasının Yapısı, Talepleri ve Geleceği.....	48
2.6.3. Sermaye ve Kredi.....	48
2.6.4. Girişimci Kadınlar Arası Örgütlenme	49
2.6.5. Dünyadaki Kadın Girişimciler ile Türkiye'deki Girişimcilerin Karşılaştırılması	51
2.7. Avrupa'daki Türk Kadın Girişimciler.....	51
BÖLÜM 3. ARAŞTIRMA	53
3.1. Araştırmanın Amacı	53
3.2. Araştırmanın Kısıtları.....	53
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	53
3.4. Araştırmanın Örnekleme.....	54
3.5. Avrupa'ya İhracat Yapan Kadın Girişimci, NUR GER	55
3.6. Araştırmanın Bulguları.....	56
3.6.1. Marmara Bölgesinde Faaliyet Gösteren Girişimci Kadınlarla Yapılan Mülakatlar	56
SONUÇ VE ÖNERİLER	120
KAYNAKLAR	125
EKLER	131
ÖZGEÇMİŞ	132

ŒEKİLLER LİSTESİ

Œekil 1.1: Temel Faktörlerin Belirli Bir Tür GiriŒimcilik Yaratma Konusunda Birbirleriyle Nasıl EtkileŒim Halinde Olduğunu Gösteren Œema ... 18



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1: Girişimci İle Profesyonel Yönetici Arasındaki Farklar	8
Tablo 1.2: Girişimcilik ve Girişimci Tanımlarının Yıllar İçindeki Gelişimi ..	10
Tablo 1.3: Girişimcilerin Temel Özellikleri.....	13
Tablo 1.4: Potansiyel Bir Girişimcinin Kararları	15
Tablo 1.5: Girişimcinin Kariyer Gelişimi	16
Tablo 1.6: Çeşitli Faaliyetlerde Girişimcilik Özelliklerinin Özeti.....	18
Tablo 1.7: Büyüklüğün Girişimciliğin Doğası Üzerindeki Etkileri	19
Tablo 1.8: Ülkenin Girişimciliğin Doğası Üzerindeki Etkisi.....	20
Tablo 1.9: Hisrich'e Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması...	26
Tablo 1.10: Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması	27
Tablo 1.11: Türkiye'de Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Girişimciler	30
Tablo 1.12: Cinsiyete Göre Mikro İşletmelerin Sektörel Dağılımı.....	32
Tablo 1.13: Cinsiyete ve Sektöre Göre Mikro Girişimcilerin Dağılımı.....	32
Tablo 1.14: Cinsiyet İtibariyle Cari İşletme Değerler	33
Tablo 1.15: Türkiye'de İşverenlere ve Kendi Hesabına Çalışanlara Dair Oranlar.....	34
Tablo 1.16: Bazı Ülkelerde Her 100 Yetişkin İçindeki Girişimci Sayısı.....	35
Tablo 2.1: Kadınların Girişimci Olmalarındaki Güdüler	39
Tablo 2.2: ABD'de Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri	41
Tablo 2.3: Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri.....	42
Tablo 2.4: Aile Reisi Kimdir?	46
Tablo 2.5: Edinilen Gelirin Harcanmasına Kim Karar Verir?	47

ÖZET

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Cinsiyet ve Kadın Girişimciler

Girişimci kadın, ev dışı bir mekanda çalışan, kendi adına kurduğu bir veya birkaç iş yeri olan, bu iş yerinde istihdam ettiği kişilerle çalışarak herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, işle ilgili her türlü riski üstlenen, elde ettiği kazancı yönlendirme hakkına sahip olan kadındır.

Türkiye’de yapılan araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerle ilgili ortaya çıkan ortak sorunların başında, sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması, eğitimlerinin yetersizliği, aile tepkileri, iş yükünün fazla oluşu, finans bulma güçlüğü ve güvenilirlik sağlamak için kadınların erkeklerden daha fazla çaba gösterme gerekliliği gelmektedir. Görüşülen kadın girişimcilerin daha çok hizmet sektöründe yoğunlaştıkları gözlenmektedir. Bunun sebebi, kadınların eğitimleri, bu sektördeki tecrübeleri, becerileri ve erkek egemenliğinin hakim olduğu alanlardan uzaklaşma isteği olduğu düşünülmektedir. Girişimci kadınlara ulaşmak ve onlar hakkında kalitatif çalışma yapmak oldukça uzun zaman ve araştırma isteyen, özen gösterilmesi gereken bir süreçtir. Araştırma yapılırken önce kadın girişimci tipi belirlenmekte daha sonra araştırmalara başlanmaktadır.

Yukarıdaki tanımlamalara göre, kadın girişimciler bulunup yaşam tarihleri incelenerek bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada girişimcilik ve kadın girişimcilik konusunda genel çerçeve çizdikten sonra Adapazarı ve Kocaeli çevresinde çoğunlukla hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimciler üzerinde durulacaktır. Bu düşünceden hareketle çoğu hizmet sektöründe faaliyet gösteren yirmi beş kadın girişimci hayat tarihi yöntemi ile incelenmiştir. İncelemenin neticesinde, her bir kadın girişimcinin faaliyet gösterdikleri sektörlere farklı nedenlerden girdikleri, finans kaynaklarını temin etme konusunda yardım aldıkları, çoğunun eğitimlerinin lise ve üniversite olduğu, işle ilgili farklı sorunlar yaşadıkları, hedeflerinin büyük olduğu, çoğunun evli olduğu, ailelerinden destek aldıkları saptanmıştır.

SUMMARY

A Study on Gender Factor in Entrepreneurship and Women Entrepreneurs

Keywords: Entrepreneurship, Gender and Women Entrepreneurs

Women entrepreneur who works outside home, has set up her own business herself, a business working with a few people, produce a property, service concerning the business, undertakes all the responsibilities about it, has the right to spend out this income.

In respect of the results of the research concerning women entrepreneur in Turkey resulted in various common problems, in social and cultural surroundings, too much burden, financial difficulties, insufficient education, and family reaction. In order to get reliability, they must strive more than men. It's observed that most women entrepreneurs focused on services sector owing to women education, experience and desire to leave men dominant. To reach women entrepreneur fields and get qualitative work on them requires long time and careful research. While the researches are performing about women entrepreneur, first they should determine women entrepreneur type and then the research should begin.

According to the definitions above, women entrepreneurs have been found and their life histories have been examined. After presenting general frame a work for entrepreneurship and women entrepreneurs, the research will be focused on the women entrepreneur concerning in services sector in Adapazari and Kocaeli. In the light of these ideas, twenty five women entrepreneurs, whose majority work on services sector, have been examined by the life history method. At the end of the research, it was determined that every women entrepreneur had different reason for performing their fields, they were helped to assure the finance, most of them had a high school or a university degree, most of them had different problems about their jobs, they had big goals, most of them were married and were supported by their families.

GİRİŞ

Günümüzde insanların girişimci olabilmelerinin temel koşulu risk alabilmeleri ve bu riski taşıyabilecek donanıma sahip olmalarıdır. Girişimcinin rekabetin yoğun olduğu Türkiye şartlarında ayakta kalabilmesi zor olduğu gibi tesadüflere de bağlı değildir. Bir girişimcinin aldığı eğitimden başlayarak bu eğitimini kullanabilme yetisine, ailede ve toplumda kendisine tanınan olanaklara ve iş yüküne kadar her şey girişimcinin hareket noktası olmaktadır.

Girişimci olmak, girişimcileri harekete geçiren özelliklerin yanında farklı özellikler taşımayı da gerektirmektedir. Bunlar kişilik yapısı, iş fırsatlarını görüp değerlendirebilme yetisi, iş kurmaya hevesli olma, azimli ve hırslı olma, yaratıcı olma, yeterli motivasyona sahip olma gibi özelliklerdir. Kişilik özellikleri içinde, başarıma gereksinimi, kontrol alanı, risk alma ve cinsiyet önemli değişkenler olarak saptanmıştır.

Girişimcilik gelişi güzel olabilecek bir eylem değil, süreç gerektiren bir eylemdir. Bu süreçler; fırsatları görme, iş planı geliştirme, gerekli kaynakları temin etme ve işi yönetme süreçleridir. Bu süreçlerin gerçekleşeceği platformda talep, hükümet, özel sektör ve siyasi etkiler rol oynamaktadır.

Girişimcinin iş fırsatlarını görüp faaliyete geçebilmesi için, piyasada yeterli talebi bulması, hükümet tarafından desteklenmesi ve diğer rakipleriyle rekabet edebilecek güce sahip olması gerekmektedir.

Türkiye'deki girişimciler içinde kadın girişimcilere baktığımızda daha çok endüstri alanında yoğunlaştıkları ancak hizmet sektöründe ve ticaret hayatında da faaliyet gösterdikleri ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın Amacı

Çalışmanın amacı, kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyolojik yönleriyle ele alınarak

araştırılmasıdır. Kadın girişimcilerin diğer girişimcilerden hangi noktalarda farklılık gösterdiği ortaya konmuştur. Ayrıca son yıllarda önem kazanan kadın girişimciliğinin toplum tarafından ne kadar desteklendiği konusu da araştırmanın kapsamına alınmıştır.

Çalışmanın Önemi

Girişimcilik kavramının içeriği, kişilik özelliklerinin içinde olan cinsiyet faktörünün incelenmesiyle farklılaşmaktadır. Cinsiyet rolleri, kadın ve erkek arasında oynayacakları roller açasından bir farklılık olduğu anlayışından kaynaklanmaktadır. Bu farklılıklar üstlenilen rollerin yanında, kişilik yapısı, ilgi düzeyi ve yetenek farklılıkları gibi özelliklerle ortaya çıkmaktadır.

Araştırmalarda ortaya çıkan neticelere göre kadın girişimciler, başarma ihtiyacı, risk alabilme eğilimi ve bağımsız olma arzusu ile harekete geçmektedirler. Başarılı olma ihtiyacı ve ilgi alanlarına yönelik çalışmalar yapmak kadın girişimcilerin en güçlü güdülerindedir.

Çalışmanın yapılmasına sebep teşkil eden kadın girişimcilerin bu özellikleri ışığında Adapazarı ve Kocaeli çevresinde iz sürme yöntemi ile araştırma yapılmış ve bu bölgedeki kadın girişimciler hakkında bilgilere ulaşılmıştır.

Araştırma Metodolojisi

Bu çalışmada girişimcilik süreci içinde cinsiyet faktörü ele alınarak kadın girişimcilerin buldukları sektörlerde yaşam tarihleri analizi ile Adapazarı ve Kocaeli çevresindeki kadın girişimcilerle yarı yapılandırılmış mülakatlar yapılarak kadın girişimcilere yönelik farklılıklar ortaya çıkarılmıştır. Yaşam tarihleri analizinde kullanılan mülakat formu EK-1'de görölmektedir.

Tezin Kapsamı ve İÇeriği

Çalışmanın birinci bölümünde; her dönemde ekonomik hayata önemli katkısı olan girişimcilik kavramı farklı görüşlerle ele alınarak incelenmiştir. Girişimcilerde bulunması gereken temel özellikler ve girişimcilik süreci ele alınarak girişimcilik biçimleri incelenmiştir. Ayrıca girişimcilikte cinsiyet faktörü ele alınarak, kadınların toplumsal hayatta üstlendikleri rollerle, kadın girişimcilerin ve erkek girişimcilerin, kişilik, güdülenme, hareket noktaları, fon kaynakları ile meslek ve sektör farklılıkları incelenmiştir. Bazı ülkelerdeki girişimcilerle Türkiye'deki girişimciler incelenerek tablolaştırılmıştır.

Türkiye'deki kadın girişimcilerin oranları Türkiye'de kadın girişimcilerin toplumsal rolleri, sektörel dağılımları araştırılmıştır. Türkiye'de kendi hesabına çalışan kadınlarla erkek girişimcilerin oranları verilerek karşılaştırma yapılmıştır. Kadın girişimcilerin işlerini başarma isteklerinin daha güçlüğü olduğu ve farklı rolleri olmasına rağmen bu rollerin üstesinden üstün çaba harcayarak geldikleri görülmektedir.

İkinci bölümde; kadın girişimciler ve kadın girişimcilerle ilgili tanımlar ele alınarak, kadın girişimci tipleri, kadın girişimcilerin hareket noktaları ve karakteristik özellikleri, eğitim düzeyleri, karşılaştıkları zorluklar ve kadın girişimcileri destekleme politikaları incelenmiştir. Girişimci kadın olmak, kadına daha fazla ekonomik ve sosyal özgürlük tanımaktadır, bu durum kadının toplumda kendini kanıtlamak aşamasında önemli bir unsurdur.

Girişimde bulunan kadın girişimci tipleri genel olarak; geleneksel, yenilikçi, evcimen ve köktenci girişimci tipi olarak tanımlanmıştır ancak bu tanımlamaları yaparken kadınların sosyo-ekonomik durumlarının da göz önüne alınması gerekliliği üzerinde durulmaktadır.

Kadın girişimcilerin hareket noktaları ve karakteristik özelliklerinin girişimcilikteki etkisi ele alınmıştır. Türkiye'deki kadın girişimcilerle ABD'deki kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri tablolaştırılarak karşılaştırılmıştır.

Türkiye’de kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar, sosyal ve kültürel ortam, iş yükü ve aile içindeki ilişkileri ele alınmıştır. Bu zorluklarla başa çıkma yöntemleri olarak kadın girişimciliğini destekleme politikaları ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde, Adapazarı ve Kocaeli çevresindeki kadın girişimcilerle görüşülerek konuyla ilgili incelemeler yapılmıştır. Girişimcilik çok yönlü ve geniş kapsamlı bir konu olduğu için araştırma sınırlı bir alanda gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın metodolojisinde, önem, kapsam ve sınırlar ayrıntılı olarak belirtilmiştir.



BÖLÜM 1. TEMEL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI

1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik bireysel ve toplumsal alanda refah yarattığı için pek çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Araştırmacılar, bazı insanlar yeni fırsatları görme yeteneğine sahip iken diğer insanların neden bu tür özelliği olmadığını, bazı insanlar iş ile ilgili hayallerini gerçeğe dönüştürürken, diğer insanların bunu neden başaramadığını, bazı girişimcilerin başarılı olmasının yanında, bazı girişimcilerin neden başarısız olduğunu araştırma konusu yapmışlardır [Baron, 1998].

Girişimcilik kavramı, Fransızca “entreprendre” ve Almanca’da “unternehmen” sözcüklerinden türetilen bir fiildir [Carton, 1998].

Entreprendre kavramından türetilen diğer üç kavram ise entrepreneurship, yani “girişimcilik”, entrepreneurial, yani “girişim” ve entrepreneurial process, yani “girişimsel süreç”tir. Girişimcilik, girişimsel ve girişimsel süreç kavramları birbirleriyle son derece ilintilidir. Girişimcilik, girişimcinin hali hazırda yaptığı işi ifade ederken, girişimsel, girişimcinin sahip olduğu yaklaşımı belirtmektedir. Girişimsel süreç ise girişimcinin “ne ile meşgul olduğunu” ifade etmektedir [Wickham, 1998].

Girişimcilik kavramı Türkçe’de üst anlamına gelmektedir. Girişimci, bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade etmektedir. Girişimcilik, bilimsel literatürde oldukça belirsiz bir kavramdır [Bradstatter:160]. Yönetim teorisyenlerinin çoğu girişimciyi bir yaratıcı, işletme sahibi veya bir girişimin yöneticisi olarak görürken diğer bazı araştırmacılar ise, girişimcinin en temel özelliği olarak finansal riskten söz etmektedirler [Arıkan, 2002].

Girişimcilik risk ve belirsizlik koşulları altında, kazanç elde etme ve büyüme amacıyla yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasıdır [Dollinger, 1999].

Henry Mintzberg, yöneticinin işlevlerinden söz ettiği makalesinde kararlarla ilgili roller başlığı altında yöneticilerin girişimcilik rollerinden bahsetmiştir [Mintzberg, 1973]. Bu rol, yeni bir projenin, girişimin ve hatta yeni bir işletmenin oluşturulması ve uygulanmasını ifade eder. Girişimci rolü üstlenen yönetici, geliştirici projeler başlatır ve yeni fikirleri astlarına delege etmektedir [Arıkan, 2002].

Bir ekonomist açısından girişimci, kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getiren ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan bir kişiyi ifade ederken, bir psikolog için girişimci bir şey elde etmek veya bir şeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin elindeki otoriteyi almak ihtiyacında olan ve bu tür güdülerle güdülenen insanlar anlamına gelmektedir.

Bir işadamı için girişimci ise bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi bir müşteri, bir müttefik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışan bir kişi olarak da ifade edilmektedir [Hisrich, Michel Peters, 1998].

Girişimcilikle ilgili bu tanımlara göre, girişimcilik kavramı, yenilik ve yaratıcılığı içerecek şekilde tanımlanmaktadır. Günümüzün modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticileri girişimcilik kavramını, yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıklamaktadır [Arıkan, 2002].

Günümüz dünyasında gözlenen bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, üretim sistemini köklü bir biçimde değiştirmiş bulunmaktadır. Niteliksel bu değişim toplumsal ilişkilerini belirleyen kurumları da değiştirmekte ve dolayısıyla girişimcilik kavramı da bu anlamda değişmektedir. Buna dayanarak bilinenleri en iyi yapan ve hünelerine aklını da katan, olağan ve olağandışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan; uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi yaratıcı girişimcidir [Arat, 1993].

Girişimci her şeyden önce bir insandır. Bu nedenle girişimciler, yaşadıkları sosyo-ekonomik ortamın ürünüdürler. Girişimciliğin, insanın bireysel yetenekleri ve

eğitimiyle ilgisi varsa da tek başına bu iki unsur yeterli olmamaktadır.

Girişimciliğin niteliğini ve boyutunu, bireysel yeteneklerden daha çok toplumsal ortam belirlemektedir. Bu nedenle özellikle geleneksel değer yargılarının oldukça yoğun ve belirleyici olduğu ve ataerkil bir aile yapısının hala yaygın olduğu ülkemizde bu nokta çok önemlidir [Arat, 1993].

1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışı, son teknolojik gelişmeler ve ekonomik beklentiler sayesinde daha da g kazanmıştır. Girişimciler, toplumda etkili, olumlu ve kayda değer kişiler olarak görülmektedir [Ljunggren& Kolvereid, 1996, Aktaran, zen Kutanis, 2003].

1.2. Benzer Kavramlarla İlişkisi

Genel olarak girişimciler, girişimi başlatmak için yeterince ekonomik güce sahip olan kişiler olarak tanımlansalar da bazı yazarlar bu tanıma 'bağımlı' girişimcileri de dahil etmektedir. Bu açıdan bakıldığında iki farklı girişimci ayrımı yapılabilir: Birincisi 'bağımsız' girişimciler bunlar girişimi kurma ve devamını sağlamada finansal açıdan tam yetki sahibidirler.

İkincisi ise 'bağımlı' girişimcilerdir ve bunlar kurulmuş olan girişimi devam ettirerek ikincil konumda kalırlar. Bu ikinci tür girişimcilik 'gizli girişimcilik' olarak da adlandırılmaktadır [zen Kutanis & Bayraktaroğlu, 2002].

1.2.1. Girişimci – Sermayedar

Girişimci ile sermayedar genellikle aynı kişi olarak kabul edilmesine rağmen, zaman zaman iki farklı kişi olabilmektedir. Bir girişimci işletme kurmak için gereken finansal unsurları kendisi koyabileceği gibi başkalarından da temin edebilir. Girişimci gerekli sermayeyi kendisi temin ettiği zaman sermayedar unvanını alır. Sermaye sahipliliği ile

girişimciliğin bir araya gelmesi, girişimci vasfı yüklenen sermayedarların aynı zamanda risk alma, yaratıcılık ve analitik düşünme gibi temel girişimci özelliklerine sahip olmasını gerektirmektedir [Erdoğmuş, 2004].

1.2.2. Girişimci – Yönetici

Girişimci, girişimleri sonucunda ortaya çıkabilecek kar yada zararı üstlenmektedir. Yönetici ise, karı ve riski başkalarına ait olmak üzere, işletme kaynaklarını işletme amaçlarına göre yönlendiren kişidir [Dinçer ve Fidan, 1999].

Küçük işletmelerin çoğunda girişimci birden çok rolü gerçekleştirmektedir. Girişimci hem patron hem de yöneticidir. Sahiplik ve yöneticilik işlevlerini tek başına yürütürken girişimcinin bu iki konuda da başarılı olması gerekmektedir. Girişimci ile yöneticilerin sahip olduğu nitelikler arasında önemli farklar vardır. Bu temel farklar, içgüdü ve duygusal yönelim, analitik yönelim, kişisel yönelim ile yapısal ve konumdan kaynaklanan farklar olmak üzere 4 ana başlık altında toplanmaktadır [Erdoğmuş, 2004].

Tablo 1.1: Girişimci ile Profesyonel Yönetici Arasındaki Farklar [Erdoğmuş, 2004]

Alanlar	Girişimci	Profesyonel Yönetici
İçgüdü ve duygusal yönetim	Yaratıcı ve yapıcı	Birleştirici ve yerleştirici
	Başarılı olmak isteyen	Güç elde etmek ve etkin olmak isteyen
	Kişisel imajını ve çıkarlarını ön planda tutan	örgütün amacını ve çıkarlarını ön planda tutan
	Kendi yeteneklerini geliştirmeye önem veren	örgütün ve personelin gelişmesine önem veren
	şirketine sağdık	Yöneticiliğe saygılı
	Belirli oranlarda ve durumlarda risk üstlenmeye hazır	Ancak destek sağladığı durumlarda risk üstlenmeye açık
	Kendi sezgilerine güvenen	Analitik ve tedbirli davranan

Analitik Yönelim	Uzun vadeli düşünen	İşinin gereği daha kısa vadeli düşünen
	Modelleri bir bütün olarak görme yeteneği olan	Detayları ve neticeleri görebilme yeteneği olan
Kişisel Yönelim	Kişisel, politik ve insanlara yakın davranan	Kişisel olmayan, gerçekçi ve insanlara mesafeli duran
	Kendini sorgulayan ve merkeziyetçi	Merkezkaç ve işleri delege eden
	Aile bağlarına önem veren	
	Duygusal ve sabırsız	
Yapısal ve Konumdan Kaynaklanan Faktörler	İşletme sahibi olmanın öncelik ve risklerini taşıyan	İşletmeye bağımlı olmayan, daha az önceliklerle ve risklerle karşılaşan
	Şirket sahibi olduğu için konumundan emin olan	Konumundan yeterince emin olmadığı için sürekli kendini kanıtlamak zorunda kalan
	Konumu nedeniyle dikkat çeken	Dikkat çekmeyen
	Aile çıkarlarıyla şirket çalışanları arasında bir seçim yapmak zorunda olan	Konumu nedeniyle aile ve şirket çıkarlarını ayrı tutabilen
	Yöneten	Yönetilen

1.3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

18. yüzyılın son çeyreğinde Cantillon, girişimciliğin risk alma yada risk üstlenme vasfını öne çıkarmıştır. 19. yüzyılda J.B. Say, sermaye sahibi ile yönetim, işletmecilik, denetim, karar alma gibi girişimcilik-yöneticilik işlevlerini birbirinden ayırmıştır. 1912 yılında yayınlanan The Teoriy of Economic Development adlı eseri ile Schumpeter, girişimcilik kavramının iktisat teorisine katılmasına önemli katkılarda bulunmuştur [Alada, 2001].

Aşağıdaki tablo Ortaçağdan günümüze girişimciliğin gelişim sürecini göstermektedir.

Tablo 1.2: Girişimcilik ve Girişimci Tanımlarının Yıllar İçindeki Gelişimi [Çelebi, 1997]

YILLAR	TANIMLAR
Ortaçağ	Büyük ölçekli üretim projelerinden sorumlu kişi.
7. Yüzyıl	Hükümetle sabit fiyatlı bir sözleşme yaparak kazanmayı veya kaybetmeyi üstlenen kişi.
725	Richard Cantillon: Sermaye temin eden kişiden farklı riskler üstlenen kişi.
1797	Beaudeau: Risk alan, planlama ve süpervize yapan, örgütleyen kişi.
1803	Jean Baptise Say: Sermayeci karından ayrılmış girişimci karı.
1876	Francis Walker: Sermaye temin edip faiz alan ile yönetsel yeteneklerinden dolayı kazanan arasında ayırım.
1934	Joseph Schumpeter: Girişimci bir yenilikçidir ve denenmemiş teknolojiler geliştirir.
1961	David Mc Clelland: Girişimci enerjik, ılımlı bir risk alıcısıdır.
1964	Peter Drucker: Girişimci fırsatları maksimize edendir.
1975	Albert Shapero: Girişimci inisiyatif alan, bazı sosyo-ekonomik mekanizmaları düzenleyen ve başarısızlık riskini kabul eden kişidir.
1980	Karl Vesper: Girişimci ekonomist, psikolog, iş adamı ve politikacılar tarafından farklı farklı görünen kişidir.
1983	Gifford Pinchot: Halen kurulmuş bir örgütte girişimci olandır.
1985	Robert Hisrich: Girişimcilik mali, psikolojik ve sosyal riskleri yüklenmeyi kabul edip zaman ve çaba harcayarak farklı bir değer yaratma sürecidir; bu süreç sonunda mali ödül ve kişisel doyum elde edilir.

1.4. Farklı Görüşlerle Girişimcilik Kavramı

1.4.1. Yenilikçilik yeteneğini savunan görüş

Hisrich ve Peters girişimcide var olan yenilikçilik yeteneğinin insanı diğer yaratıklardan ayıran bir içgüdü [instinct] olduğunu söylemekte ve bu güdüye tarih boyunca Mısır'daki

piramitleri yapanlardan günümüzdeki uzay aracı yapanlara kadar her yerde rastlandığını, bilim ve teknolojiye ilerlemelere bağlı olarak aletlerin değişmesine rağmen yenilikçilik yeteneğinin her uygarlıkta mevcut olduğunu belirtmektedirler [Hisrich, Peter, 1989].

Yine Hisrich ve Peters'e göre girişimciliği tanımlamaya kalkan herkes, aralarındaki küçük de olsa farklara rağmen, şu nosyonlara işaret etmekten kendilerini alıkoyamamaktadırlar; yenilik, örgütlenme, yaratma, servet ve risk alma. Girişimci eğitimden tıba, araştırmadan hukuka, mimariden mühendisliğe, sosyolojiden dağıtıma her alanda ve meslekte karşımıza çıkabilmektedir. Tüm bu girişimci davranışlarını içeren bir girişimci tanımı ise literatürde ilk kez Hisrich ve Brush tarafından ve kadın girişimciyi tanımlamak için yapılmıştır. Buna göre "girişimcilik" belirli bir zaman ve çabanın harcandığı mali, psikolojik ve sosyal risklerin üstlenimidir ve sonuçta da mali ve kişisel doyum temin edildiği farklı bir değer yaratma sürecidir [Çelebi, 1997].

1.4.2. Yaratıcılık yeteneğini savunan görüş

MacMullan ve Long [1984] ise girişimci ve yaratıcı kişilerin özelliklerini şöyle sıralamaktadırlar: "Kendine güvenli, kararlı, birikimli, donanımlı, esnek, bağımsız, algılama gücüne sahip, inisiyatif sahibi, risk alabilen, deneyime önem veren, iyimser". Kendi işine başlayan herkesi bekleyen heyecan engellenme, kaygı ve yoğun çalışmadır. Kötü satışlar, yoğun rekabet ve sermaye kıtlığı girişimcinin başarısızlığına yol açar, girişimcilikte mali ve duygusal risk çok yüksek olabilmektedir [Çelebi, 1997].

1.5. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler

Çeşitli araştırmacılar başarılı girişimcilerin profilini çizmeye çalışan çok sayıda araştırma yapmıştır. İş hayatına yeni başlayan bazı girişimcilerin büyük başarılar elde ederken diğer bazılarının başarısız olması ve işletmelerini kuruluş tarihinden kısa bir süre içerisinde kapatmalarının nedenlerini açıklamaya çalışan çeşitli yazarlar vardır. Örneğin Baron, başarılı girişimciliği bilişsel ve sosyal faktörlere bağlar ve başarılı

girişimcilerin, çeşitli özellikleri itibarıyla daha farklı olduklarını ifade eder. Baron'a göre başarılı girişimciler kendi yargılarına fazlasıyla güvenen, diğer insanlarla başarılı bir biçimde etkileşimde bulunan, sosyal algıları yüksek ve yeni durumlara daha hızlı uyum sağlayan insanlardır [Baron,2000].

Meredith'e göre girişimcide bulunması gereken özellikler şöyle sıralanmaktadır [Chell, Haworth, Bearley, 1991]:

- a. İş fırsatlarını görüp değerlendirebilme,
- b. Kaynaktan bir fayda yaratmak üzere bir araya getirebilme,
- c. Başarıyı sağlayacak uygun eylemleri başlatabilme.

Lambing ve Kuehl ise girişimcilerde bulunan özellikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır [Lambing ve Kuehl, 2000]:

- a. İş kurmaya hevesli olmak,
- b. Başarısızlığa rağmen vazgeçmemek,
- c. Güven,
- d. Kararlılık,
- e. Risk yönetimi,
- f. Yaratıcılık,
- g. Değişimi fırsat olarak görmek,
- h. Belirsizliğe karşı toleranslı olmak,
- i. Önyak olma ve başarı ihtiyacı,
- j. Detaylara önem verme ve mükemmeliyetçilik.

Girişimcilerin temel özelliklerinin belirlenmesi konusunda değişik yazarlar tarafından yazılan bilimsel makaleler ise şu özellikleri ortaya koymuştur [Kuravtko, Hodgetts, 1995]:

Tablo 1.3: Girişimcilerin Temel Özellikleri [Arıkan, 2002]

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

	Welsh-Young	yenilikçilik
--	-------------	--------------

Tüm bu tanımlara göre girişimci pazarda mevcut bulunan fırsatları gözleyen ve saptayan, bu fırsatları ve tüketicide var olan talebi iş fikrine dönüştüren, kaynakları bir araya getirerek işletme kuran ve risk alan kişidir [www.girisimcilik.network.gen.tr].

1.5.1. Bir süreç olarak girişimcilik

Girişimcilik; fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türüdür [Krueger JR, Reilly ve Carsrud, 2000].

Girişimcilik; bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir [Morris, DL Davis, 1994].

Girişimcilik; niyet, kaynak, sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak yeni birleşimler yaratma sürecidir [Gundry, Ktckul, 1996].

Girişimcilik; daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır [Brazeai, 1999].

Girişimcilik; daha önce rutin, sıradan iş süreçlerine yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır [Kuratko, Hodgetts, age, s:6].

Hisrich ve Peters ekonomilerdeki tüm durgunluklara, enflasyona, yüksek faiz oranlarına, yetersiz alt yapılara, ekonomik belirsizliklere ve başarısızlık korkusuna rağmen Çin'den Macaristan'a, Polonya'dan Birleşik Devletlere her yerde yine de milyonlarca iş yerinin açılmakta olduğuna işaret ederek mevcut yaşam tarzından yeni bir iş yeri kurmaya geçişi şöyle tablolşturmaktadır:

Tablo 1.4: Potansiyel Bir Girişimcinin Kararları [Çelebi, 1997]

Mevcut yaşam tarzında değişme yapmaya yönelten etkenler	Yeni iş yeri oluşturmayı istenilir kılan etkenler	Yeni iş yeri oluşturmayı olası kılan koşullar
Önceki İşte Edinilen Birikim	Kültür Alt kültür	Devlet Özgeçmiş
Negatif Koşullar	Aile Öğretmen Arkadaş	Pazarlama Maliye Rol Modelleri

Tabloyu Hisrich ve Peters şu şekilde yorumlamaktadır; kişinin mevcut kariyerini ve yaşam tarzını bırakma kararını vermesi kolay değildir. Yeni bir şeyi yaratma, bir şeyi değiştirme çok fazla enerji gerektirmektedir. Kişiler tanıdıkları bir alanda iş kurmaya kalktıklarında gerek araştırma ve geliştirme gerek pazarlama konularında daha şanslı bir konumda bulunmaktadırlar.

Bu tip girişimcilikte kişi genellikle, ücretli olarak çalıştığı önceki işinde edindiği birikimi kendi işine aktarmaktadır. Mevcut yaşam tarzını bırakarak girişimci olmanın diğer bir tipi ise kişinin yeni yaşama koşullarının kendisini itmesiyle girmek zorunda kalması ile gerçekleşmektedir. Örneğin; emeklilik, işten atılma veya ücretli olarak çalışacak iş bulamama gibi. Hisrich ve Peters girişimci sürecini şu aşamalara ayırarak incelemektedir: [Çelebi, 1997]

1. Fırsatı görme
2. İş planı geliştirme
3. Gerekli kaynakları temin etme
4. İş yönetme

Yine Hisrich ve Peters, bir girişimcinin kariyer gelişimini şöyle bir çerçevede ele almaktadırlar:

Tablo 1.5: Girişimcinin Kariyer Gelişimi [Çelebi, 1997]

Yaşam Alanları	Zaman		
	Çocukluk	İlk Yıllar	Şimdi
İş	Eğitim ve çocuklukta iş deneyimi	Çalışma geçmişi	Şimdiki iş durumu
Kişisel / Bireysel	Kişilik üzerindeki çocukluk etkileri, değerler ve ilgiler	Yetişme süreci	Bireyin şimdiki yaklaşımı
Aile / İş Dışı	Çocuklukta aile çevresi	Yetişme sürecindeki aile ve iş dışı yaşam	Mevcut aile ve iş dışı yaşam

ABD'deki araştırma bulgularına göre girişimciler sanıldığından daha fazla eğitilmiş olmalarına rağmen bu eğitimleri onları girişimciliğe götürecek nitelikte değildir. Kişisel özellikler arasında ise başarıya gereksinimi, kontrol alanı, risk alma ve cinsiyet önemli birer değişken olarak saptanmıştır. Aile çevresinde genellikle babanın ve annenin de girişimci olduğu saptanmıştır. ABD'deki girişimciler anne veya babalarının kendilerini girişimciliğe teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. Kişinin iş tecrübesi onun girişimci olmasında negatif ya da pozitif etkilerde bulunabilmektedir. Örneğin, eski işini sevmeyişi için veya eski işinden çıkarıldığı için girişimci olanlar, eski işin olumsuz etkileri sonucu işlerini kurmak durumunda kalmaktadırlar. Genel olarak ABD'deki girişimcilerin işlerine çok bağlı, çok çalışkan ve başarılı yöneticiler oldukları, işlerinin devam edebilmesi için her şeyi feda etmeyi göze aldıkları saptanmıştır [Çelebi, 1997].

1.6. Girişimcilik Biçimleri

Tablo 1.6'da çeşitli faaliyet örnekleriyle girişimciliğin özellikleri özetlenmektedir. Bu basitleştirilmiş tablo, üç önemli girişimcilik türünü ortaya çıkarmaktadır [Chicken, 2002].

Birinci Tür: Bütün faaliyetler bir açık pazarda gerçekleştirilir.

İkinci Tür: Bazı faaliyetler hükümetten alınan fonlarla veya sübvansiyonlarla gerçekleşir.

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

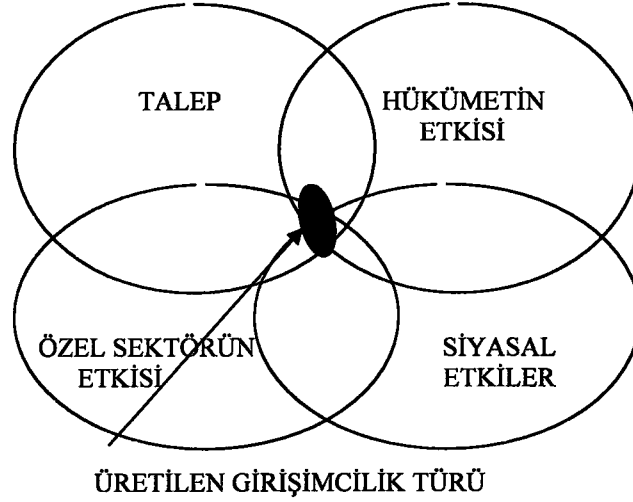
Uygulamada, bu üç girişimcilik türünün çeşitli varyasyonları vardır. Türü ne olursa olsun, girişimcilik dört ana faktörün ürünüdür: Talep, hükümetin etkisi, özel sektörün etkisi ve siyasi etkiler. Bu faktörlerin oranı girişimciliğin türüne göre değişiklik gösterir. Şekil 1.1, bu faktörlerin belirli bir vakada birbiriyle nasıl etkileşim halinde olduğunu göstermektedir. Şekle bakıldığında arz faktörünün eksik olduğu görülmektedir. 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 ürünü arz etmek 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, bazı vakalarda ise siyasi etkiler baskın olabilmektedir [Chicken, 2002].

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

Girişimcilikte başka önemli değişkenler de bulunmaktadır:

1. Faaliyetin büyüklüğü
2. Faaliyetin gerçekleştirildiği ülke

Şekil 1.1: Temel Faktörlerin Belirli Bir Tür Girişimcilik Yaratma Konusunda Birbirine Nasıl Etkileşim Halinde Olduğunu Gösteren Şema [Chicken, 2002]



Tablo 1.6: Çeşitli Faaliyetlerde Girişimcilik Özelliklerinin Özeti [Chicken, 2002].

FAALİYETLER	GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ
Silahlı kuvvetler	Hükümetten alınan fonlara bağımlıdır. Hükümet politikalarının çizdiği sınırlar dahilinde yaşamak zorundadır. Satın alma hizmetleri ve ekipman ile ilgili olarak ticari taban söz konusu olabilir.
Finansal hizmetler (bankacılık ve sigorta)	Ürünlerinin satışını ve kaynak alımını ticari pazarda gerçekleştirmek zorundadırlar. Bazı hükümet politikalarına tabidirler.
Üretim endüstrileri	Ürünlerinin satışını ve kaynak alımını ticari pazarda gerçekleştirmek zorundadırlar. Bazı hükümet politikalarına tabidirler.
Ulaştırma	Ürünlerinin pazarı açıktır; ancak ulusal ve uluslararası bazı hükümet düzenlemelerine tabidir. Kaynak pazarları açıktır; ancak arz genellikle birkaç önemli tedarikçi tarafından sağlanır.
Tarım	Ürünlerle ilgili pazarın büyük bölümü, ulusal ve uluslararası desteğe bağlıdır. Hükümet hareketleri pazarı etkileyebilir.
Madencilik	Uluslararası pazardaki ticaret, madencilik koşullarının geniş dağılımı fiyatı ve rekabeti etkiler. Madencilik faaliyetleri devlet düzenlemelerine tabidir.
Balıkçılık	Avlanmanın boyutu uluslararası düzenlemelere tabidir. Yenilikler için hükümetten fon alınır.

Oteller	Tamamen açık bir pazardır. Besin hijyeni ve çalışma koşulları konusunda düzenlemeleri vardır. Hayatta kalabilmek için kar etmek zorunludur.
Medya	Açık pazardır. Hayatta kalabilmek için kar etmek zorunludur.
Devlet daireleri	Kar etmek zorunda değildir; ancak fon ihtiyacını karşılamak durumundadır. Faaliyetler hükümet tarafından dikte edilmektedir ya da yasamaya tabidir.
Yerel yönetim	Kar etmek zorunda değildir; ancak fon ihtiyacını karşılamak durumundadır. Faaliyetler hükümet tarafından dikte edilmektedir ya da yasamaya tabidir.

Tablo 1.6'dan da görüldüğü gibi farklı sektörler farklı faaliyet alanına sahiptirler ve hükümetin uygulayacağı politikalar bu sektörleri faaliyet gösterdikleri alanlarda etkilemektedir.

Tablo 1.7: Büyüklüğün Girişimciliğin Doğası Üzerindeki Etkileri [Chicken, 2002]

BOYUT	GİRİŞİMCİLİĞİN DOĞASI ÜZERİNDEKİ TİPİK ETKİ
Küçük (100'den az çalışan)	Daha çok yerel piyasa koşullarına bağlıdır. Ulusal veya uluslararası pazarları etkileyemeyecek kadar küçüktür.
Orta (100-1000 çalışan)	Ulusal veya uluslararası olabilir. Çok özel bir ürün veya hizmetin söz konusu olduğu durumlarda monopol halini alabilir.
Büyük ulusal şirket (1000-10.000 çalışan)	Ulusal veya uluslararası olabilir ve pazar üzerinde kontrol edici bir etkiye sahip olabilir.
Büyük uluslararası şirket (10.000-100.000 veya daha fazla çalışan)	Dünya pazarında baskın bir role sahiptir. Pazarda etkisini artıracak kadar güçlü olması gerekir. Bu organizasyonlara örnek olarak şunlar verilebilir: Ford, General Motors, General Electric, Glaxo, L'Oreal, Boeing, Novartis, Unilever, Esas, siyasi alanda ise NATO, Avrupa Komisyonu ve Birleşmiş Milletlerdir.

Tablo 1.7'ye göre işletmenin büyüklüğü girişimde bulunabileceği ulusal yada uluslararası alanları belirlemektedir.

Tablo 1.8: Ülkenin, Girişimciliğin Doğası Üzerindeki Etkisi [Chicken, 2002]

ÜLKE	DEVLETİN VE İŞLETMENİN ÖZELLİKLERİ
Serbest Pazar (Gelişmiş ülke-demokrat yönetim)	Pazar güçleri fiyatı ve hacmi belirler. Üreticiler pazar güçlerine cevap vermek zorundadırlar. Hükümetin etkisi minimumda tutulur. Yolsuzluk düzeyi düşüktür.
Serbest Pazar (Gelişmekte olan ülke-gelişmiş yönetim)	Pazar güçleri fiyatı ve hacmi belirler. Hükümet ve para politikaları istikrarlı olmayabilir. Yolsuzluk düzeyi, gelişmiş ülkedekine oranla daha yüksektir.
Sınırlandırılmış Pazar (Demokrat yönetim-gelişmiş ülke)	Fiyat ve hacim düzenlemelerle belirlenir. Değişiklikler sık yaşanır, hükümet istikrarlı olmayabilir. Yolsuzluk olabilir.
Sınırlandırılmış Pazar (Diktatörlük-gelişmiş ülke)	Fiyat ve hacim düzenlemelerle sınırlandırılır. Zaman içinde değişkenliğe kontrollü olmak kaydıyla izin verilir. Hükümetin ömrü, diktatörün ömrüyle sınırlıdır. Yolsuzluk görülebilir.
Sınırlandırılmış Pazar (Diktatörlük-gelişmekte olan ülke)	Fiyat ve hacim düzenlemelerle sınırlandırılır. Zaman içinde değişkenlik görülebilir. Para politikaları ve hükümet istikrarlı olmayabilir. Diktatör gücünü kaybettiğinde radikal bir değişim olur. Yolsuzluk görülebilir.

Tablo 1.8, ülkenin, pazar koşullarının ve hükümet politikalarının girişimcilik üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

Her girişimcilik türü için belirleyici 3 faktör vardır: Büyüklük, pazar koşulları ve devlet biçimi. Bu özellikler girişimciliğin yönünü belirlemektedir.

Girişimcilik sürekli değişen, dinamik bir durumdur. Yöneticiler veya karar almacılar girişimcilik çevresinde meydana gelen değişikliklere esnek ancak olumlu bir yolla tepki verme konusunda hazırlıklı olmak zorundadırlar [Chicken, 2002].

1.7. Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü

1.7.1. Cinsiyet ve Rol Tutumları

Cinsiyet rolü sosyalizasyonu doğumumuzdan ölümümüze kadar sürmektedir. Cinsiyet

rolleri tanım olarak toplumdan topluma, tarih içinde değişse de, hiç değişmeyen yönü cinsiyet temelindeki, kadının erkeğe göre ikincil önemde olduğu anlayışıdır.

Geleneksel olarak belirlenmiş cinsiyet rollerinin benimsenmesi, kadınların erkeklere bağımlılıklarının ölçüsünü ifade etmektedir. Bazı kadınlar bu durumdan rahatsızlık duyarken bazıları da bu durumu 'normal' ve 'doğal' bir durum olarak görmektedir. Böylece bağımlılıkları nedeniyle pek çok kadının sosyal konumu erkekler tarafından belirlenmektedir [Goffee ve Scase, 1992].

Colwill'e göre, cinsiyet rolü stereotiplerinden, cinsiyet önyargısı ve cinsiyet ayrımcılığı birbiriyle ilişkili kavramlardır. Cinsiyet rolü stereotipi kadın ve erkeğe ilişkin bir inançtır. Bu stereotipi yaratan kadının besleyici, duygusal, nazik, erkeğin ise saldırgan, maceraperest ve fiziki açıdan güçlü olduğuna inanılmaktadır. Stereotiplerin bir özelliği de kolaylıkla tutumlara dönüşebilmeleridir.

Cinsiyet rolü stereotipi cinsiyet önyargıcılığına yol açmaktadır yani kadının ve erkeğin cinsiyetlerinin sonucu olarak farklı düşünüp davrandıkları yargısına varmaktadır. Önyargılar stereotiplerden daha tehlikelidir, olgular karşısında direnme gücüne sahiptir. Bu nedenle cinsiyet ön argıları kolaylıkla cinsiyet ayrımcılığına yol açabilmektedir [Çelebi, 1997].

Kadın incelemeleri genelde kadını iki ayrı düzlemde ele almak durumundadır. Her ne kadar bu iki düzlem aktüalitede içice geçmiş gibi görünse de aslında düzlemin kadına yükledikleri özelliklerin bir diğerinden ayırt edilmesi metodolojik bir gerekliliktir [Çelebi, 1997].

Cinsiyet rolleri, kadının grup düzlemindeki kavramsallaştırılması süreci içinde ortaya çıkmaktadır. Kadını biyolojik bir kategori kılan karakteristiğinin sosyal olarak tanımlanmasının kaynağı, toplum yaşamının grup düzleminde kaynaklanmaktadır. Yani kadının biyolojik karakteristiğine sosyal olarak tanımlanmış atıflarda bulunulması, grup düzleminde ortaya çıkmaktadır. Kadının sosyal bir kategori olarak tanımlanabilmesi ise ancak ve ancak toplum içinde kadından beklenen rollerin, kadının

oynadığı rollerin, kadının oynadığı rollerine atfedilen statülerin kendi aralarında sık dokulu, dar bir alanda yoğunlaşmış, örüntüleşmiş ve adeta evrensel olarak yaygın bir görünüm arz etmesinin sonunda mümkün olabilmektedir. Kadının kendisinden beklenen oynadığı rollerin sürekliliği ve genelliği bir adım sonra araştırmacıyı süreklilik arz eden, kalıplaşmış roller esasında bir rasyonel kategori inşa etmeye yönelmektedir. İnşa edilen bu kategorinin dayandığı dinamikler köklerini sosyal grup düzleminde almaktadır [Çelebi, 1997].

Kadının toplumsal yapıda işgal ettiği pozisyonlar ile bu pozisyonlardaki rolleri ve bu rollerin nasıl oynanması gerektiğine ilişkin tanımlar, beklentiler ve davranış örüntüleri sosyal grup düzleminde belirlenmekte, gerçekleştirilmekte ve bir adım sonra da bu belirlenmişlik ile kadın sosyal bir kategori olarak kavramsallaştırılmaktadır. Kadının sosyal grup düzlemindeki pozisyon rol ve davranış örüntülerinin her ne kadar ilk bakışta kadının biyolojik karakteristiğine bağlı olarak tanımlanmaları gerektiği doğru gibi gözükse de, bunun yanılgılı bir değerlendirme olduğu farklı dönem ve toplumlardaki kadının pozisyonuna ilişkin incelemelerle ortaya çıkmıştır [Çelebi, 1997].

Kadının biyolojik karakteristiği tarihin belirli bir döneminden sonra ve yaşanan toplumun bazı özelliklerine dayalı olarak kadının grup düzlemindeki pozisyon ve rolünün temellendirilmesinde bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Burada kullanılan biyolojik karakteristik, sosyal olarak tanımlanmış bir karakteristiktir yani sosyal cinsiyet [gender] tir. Bu ayrım göz önüne alınmadığı takdirde kadının rollerinin değişebilirlik sınırlarının daraltılmasına katkıda bulunmuş olacaktır [Çelebi, 1997]

Kadının rolleri aslında sosyal cinsiyet temelinde tanımlanmış olmasına rağmen biyolojik cinsiyet esasında tanımlanmış gibi muameleye tabi tutulmaktadır. Bu anlayış kadının erkekten farklı olduğu, ayrı roller oynaması, erkekten ayrı bir dünyada yaşaması gerektiği şeklindeki yargıların gelişmesine kaynaklık etmiştir. Sonuç, kadının eve çekilmesi, evin ve ailenin kendini gerçekleştireceği tek mekan olarak görülmesi, erkeğin ise ev dışı alanlara çıkması, kendini ev dışında gerçekleştirmesidir [Çelebi, 1997].

Cinsiyetin sosyal değil (gender), sadece biyolojik bir karakteristik olduğu anlayışı öylesine yerleşmiştir ki kadını değil ev dışında erkeklerin oynadığı rolleri oynayabileceği, ev içinde dahi erkeğin rollerinden farklı roller üstlenmesi beklentisi toplum içinde geniş bir yayılma gösterir olmuştur [Çelebi, 1997].

Cinsiyet rolleri, ev içinde kadın ve erkek arasında oynayacakları roller açısından bir farklılık olduğu anlayışından kaynaklanmadır. Cinsiyet rolleri başlangıçta toplum tarafından tanımlanmış ve beklenen roller olarak kavramsallaştırılmış ise de bu roller sosyalizasyon süreci içinde kadınlara küçük yaşlardan itibaren aktarıldığı için kadınlar tarafından da içselleştirilmiş ve benimsenerek oynanır olmuştur. Sosyal olan bu roller kadınlar tarafından vazgeçemeyeceklerini sandıkları yerleşik tutumlar şeklinde benimsenir olmuştur. Tutumlar geçmiş yaşantılarımızın birikimi olup grup, kişi, obje veya konuyla ilgili süreklilik arz eden duygu, inanç ve davranış eğilimlerimizin bütünüdür [Çelebi, 1997].

1.7.2. Kadın Girişimcilerle Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Hisrich, yapılan birçok çalışmada kadın ve erkek girişimciler arasındaki benzer ve farklı noktaların araştırıldığını söylemektedir. Kadın ve erkek girişimciler arasında birçok benzer nokta bulunmasına karşı dikkate değer farklılıklar da göze çarpmaktadır. Öncelikle işe başlama nedenlerinin kadınlar için daha farklı olduğu görülmektedir. Erkekler daha çok kendi geleceklerini kontrolleri altında tutma güdüsüyle hareket ederken - ki bu güdü çoğunlukla patronlarıyla anlaşamadıkları için ortaya çıkmaktadır veya kendilerinin bir işi daha iyi yönetebileceklerine dair inançları nedeniyle ortaya çıkmaktadır - kadınlar özgür olma, başarıma güdüleri ve daha çok da yetenekli olmalarına rağmen ilerleme ve daha üst yönetim kadrolarına getirilmemeleri sonucu iş hayatında yaşadıkları hayal kırıklıkları neticesinde girişimci olmaktadır [Arıkan, 2002].

İşe başlarken ki finans kaynakları da kadın ve erkek girişimcilerin farklılık gösterdiği bir alandır. İşe başlama sermayesi olarak, erkek girişimciler kendi birikimleri yanında yatırımcı ve banka kredileri avantajlarını kullanırken, kadınlar daha çok kendi kişisel

kaynakları, eş ve arkadaşlarının birikimlerinden yararlanmaktadırlar [Arıkan, 2002].

Mesleki açıdan da kadın ve erkek girişimciler arasında farklar bulunmaktadır, özellikle erkekler iş konusunda daha yetenekli oldukları inancını taşımaktadırlar. Erkekler çoğunlukla imalat, finans ve teknik alanlarda tecrübe sahibiyken, kadınlar buna karşılık, idari yani yönetimle ilgili konularda tecrübe sahibidirler. Ancak bu durum, servis sektöründeki alanlarda örneğin; eğitim ve perakende satış gibi orta düzey yöneticilikle sınırlı kalmaktadır [Arıkan, 2002].

Kadınlar hala kendi toplumlarındaki ekonomik yapılar üzerinde etkin değildirler. Kadınlar mali, ticari, vergilendirme politikaların düzenlenmesinde hemen hemen hiç yer almamaktadırlar [Kümbetoğlu, 1999].

Kişilik olarak, her iki girişimcide de benzerlikler vardır. Her ikisi de enerjik, hedefe odaklı ve bağımsız olma eğilimi taşımaktadır. Erkekler kendilerine daha güvenli, daha az esnek ve kadınlara göre daha az toleransa sahiptirler. Bunun sonucu olarak işletmelerde farklı yönetim sistemleri ortaya çıkmaktadır.

Smith tarafından San Francisco'da 76 kadın girişimci üzerinde yapılan çalışmanın sonuçlarına göre kadınlar daha iyimser ve şartlara daha iyi uyum sağlayan bir karaktere sahiptirler [Arıkan, 2002].

Kadın ve erkek girişimcilerin demografik özellikleri benzer niteliktedir. Örneğin, her iki grup ta ailelerinin ilk çocuklarıdır ve yüksek öğrenim sahibidirler. Ancak bunların yanı sıra, ilk işlerini kuran kadın girişimciler erkeklere göre biraz daha yaşlıdır (35-45'e karşı 25-35). Her iki grup da yüksek öğrenim mezunu olmalarına karşı kadınlar daha çok edebiyatla ilgili alanlardan mezunken, erkekler daha çok işletme ve mühendislik mezunudurlar [Arıkan, 2002].

Batıda yapılan ve girişimcileri konu edinen araştırmaların çoğu erkek girişimcileri odak noktası yapmıştır. Genellikle aralarında benzerlikler olmasına rağmen, kadın girişimciler farklı güdülere, iş hüneri düzeyine ve mesleki geçmişe sahip olmaktadır

[Çelebi, 1997].

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki ortak yönler ise en çok işe başlamada etkili olan motiflerde ortaya çıkmaktadır. Bunlar bir iş kurma fikri, bağımsız olma isteği, yeteneğini kullanma isteği, ekonomik zorunluluk ve patron olma arzusu gibi sebeplerdir [Çelebi, 1997].

Smith, Mc Cain ve Warren 1982'de yaptıkları bir araştırmada kadın girişimci tipini belirlemeyi amaçlamışlar ve neticede kadınları fırsatçı girişimci, erkekleri ise zanaatkar donanımlı girişimciler olarak kavramsallaştırmışlardır.

Fırsatçı [oportünist] kadın girişimci teknik olmayan, eğitim görmüş, teknik dışı iş tecrübesine sahip, yüksek düzeyde sosyal ilgileri olan, etkili bir iletişim yeteneğine sahip, uzun planlama ufukları çizebilen bir tiptir [Çelebi, 1997].

Zanaat donanımlı [crafts – oriented] erkek girişimciler ise formal, teknik eğitim görmüş, teknik iş deneyimine ve daha yakın zamana bakabilen bir ufuk çizgisine sahip, genişleme veya büyüme için somut planları olmayan tiplerdir [Çelebi, 1997].

Bu verilere dayanarak araştırmacılar kadın girişimcilerin erkeklere göre daha fazla ekonomik ve sosyal değişmeye uyum sağlayabileceklerini, daha strateji donanımlı olduklarını ve tüm bunların iş yerinin geliştirilmesinde kendilerine özgü faktörler olduklarını ileri sürmüşlerdir [Çelebi, 1997].

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki fark konusunda literatürde iki ayrı tablo bulunmaktadır.

Tablo 1.9: Hisrich'e Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması [Çelebi, 1997]

Karakteristikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Güdülenme	Başarı-bir şeyler yapmaya duyulan istek. Kişisel bağımsızlık-işletmedeki rolüne bağlı statüyle ilgili benlik imajının önemsizliği. Kontrolü elinde tutma isteğinden kaynaklanan iş tatmini	Başarı-hedefin elde edilmesi, Bağımsızlık-tek başına yapma, önceki işe duyulan engellenme duygusundan kaynaklanan iş tatmini
Hareket Noktası	Mevcut işten tatminsizlik. Üniversitede iken veya eski işinde iken bu yeni işle az da olsa ilgilenmiş olma. İşten çıkarılma, iş bırakma. Kazanma fırsatı	İşte engellenme duygusu. Alandaki fırsatı görme ve fırsatla ilgilenme. Kişisel koşullarda değişme
Fon Kaynakları	Kişisel birikimler. Banka- yatırımcılar Arkadaş veya aileden borç	Kişisel birikimler Kişisel borçlar
Mesleki Geçmiş	Ücretli iş deneyimi Tanınmış bir uzman veya alanda üst düzey başarı kazanma Çeşitli iş alanlarında deneyim	İş alanında deneyim Alanda orta düzey yöneticilik Hizmet sektöründe çalışma
Kişilik Özellikleri	İkna edici Hedef donanımlı Yenilikçi ve idealist Üst düzey kendine güven Meraklı ve enerjik Kendi patronu olma isteği	Esnek ve hoşgörülü Hedef donanımlı Yaratıcı ve gerçekçi Orta düzey kendine güven Meraklı ve enerjik Sosyal ve ekonomik çevre ile mücadele etme yeteneği
Özgeçmiş	25-35 yaşları arası iş kurma Babanın da sahibi olması. Üniversite eğitimi işletme veya teknik alanda, genellikle mühendislik, ilk çocuk	35-45 yaşları arasında iş kurma. Babanın da iş sahibi olması. Üniversite eğitimi liberal sanatlar, ilk çocuk.
Destek Grupları	Arkadaşlar, profesyonel yakınlar (avukat, muhasebeci) İş dünyasında arkadaşlar. Eş	Yakın arkadaşlar. Aile, profesyonel meslekteki kadın grupları, ticaret kuruluşları
İlk iş tipi	İmalat veya inşaat Ortalama net gelir 7.100 dolar/yılda	Hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler Ortalama net gelir 2.200 dolar/yılda

Bu tabloya göre girişimcilikte güdülenme faktörüne baktığımızda kadın girişimcilerin bir şeyleri ispatlama, erkek girişimcilerin ise bir şeylere egemen olma isteği içinde

olduğu gözlenmektedir. Kadın girişimciler iş hayatında karşılaştıkları engelleri aşma düşüncesi ile hareket ederken erkek girişimciler iş hayatında tatmin aramaktadır. Fon kaynakları genellikle aynıdır. Kişilik özelliklerine bakıldığında kadın girişimcilerin iş düzeyinde daha az hırslı oldukları daha emin adımlarla ilerlemek istedikleri ve ekonomik koşullarla mücadele etmek istedikleri gözlenmektedir, erkek girişimcilerin daha hırslı oldukları ve tamamen kendi işinin patronu olmak istedikleri gözlenmektedir. Her iki girişimci kategorisi ilk çocuk olmasına rağmen kadınların iş hayatına atılmaları erkeklere göre ortalama 10 yıl daha geç olmaktadır. Bunun sebebi de kadınlara toplumda yüklenen farklı rollerini yerine getirme beklentisinden kaynaklanmaktadır. Destek grupları birbirine yakındır. İlk iş tipinde kadın girişimcilerin daha çok hizmet sektöründe yer alarak ve daha az risk almak istedikleri, erkek girişimcilerin ise üretim sektöründe yer alıp daha fazla risk aldıkları gözlenmektedir.

Tablo 1.10: Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması [Çelebi, 1997]

Kategoriler	Açıklamalar
Kişisel Kategoriler	Arada farklar olmakla birlikte bunlar girişimci olmayanlarla karşılaştırıldığında çok küçüktür.
Deneyim	Pek çok araştırmada kadınların işlerini kurmadan önce o alanda erkeklere göre daha çok doğrudan deneyim edinmiş oldukları gösterilmiştir. Aynı zamanda kadınların işlerini kurduktan sonra erkeklere göre o iş için haftada daha az saat vakit ayırdıkları tespit edilmiştir.
Hedefler	Kadınlar erkeklere göre işin yaşam tarzına daha çok karlılığına daha az önem vermektedir.
İş Faktörleri	Araştırmalara göre kadınlar daha küçük daha rutin iş alanlarında iş kurmaktadırlar. Bir çalışmada bunun nedeninin çevresel engeller olduğunu belirtilmiştir.
Çevresel Faktörler	Burada kadın ve erkekler arası kesin bir farklılık söz konusudur. Hemen hemen tüm araştırmalar mali kaynak konusunda, banker ve diğer mali araçlarla etkileşim konusunda kadınların özel sorunları olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda kadın girişimciler erkeklerden çok daha fazla, perakende ticaret ve hizmet sektöründe yoğunlaşmaktadırlar.

ABD'de 20 deneye dayalı yapılan araştırmalara göre, kadınlar başarıya gereksinimi, bağımsızlık isteği, iş tatmini ve ekonomik zorluklar yüzünden çalışmakta; otokratik bir

yönetim anlayışı benimsemekte, iş kurarken kredi alma konusunda cinsiyet ayrımına uğradıklarından yakınmaktadırlar [Çelebi, 1997].

21 deneğe dayalı bir başka araştırmada ise kredi almadaki zorluk ve toplumun, kadınların erkekler kadar ciddi iş yapamayacakları inancıyla mücadele, en önemli sorunlar olarak tespit edilmiştir [Çelebi, 1997].

Aynı yazarların 1982’de yaptıkları bir başka araştırmada ise iş kadınlarının ileri yaşta ve eğitilmiş, destekleyici eş ve babalara sahip oldukları ve ayrıca maliye, sigorta, imalat ve inşaat gibi geleneksel olmayan alanlarda çalışan iş kadınlarının toptan ve perakende satış gibi nispeten geleneksel olarak kadınsı iş alanlarında çalışanlardan daha farklı oldukları ve geleneksel alanlarda çalışanlardan dışsal mali kaynak bulmada daha çok zorlukla karşılaştıkları saptanmıştır [Çelebi, 1997].

20. yy kadını ile yapılan başka bir araştırmada, kadınların risk sermayesi temininde ve işi yürütmeye güçlüklerle karşılaştıkları, özellikle kayıt tutma, mali yönetim ve reklamcılıkta yeterince başarılı olamadıkları gözlenmiştir [Çelebi, 1997].

ABD çapında 1983’de yapılan araştırmada ise tipik bir girişimci kadın orta tabakaya mensup ailelerin ilk çocuğu olarak profillendirilmiştir. Bu kadınların ilk işlerini hizmet sektöründe ve 35 yaşından sonra, çocuklarının yetişmesinin ardından kurdukları ve daha çok liberal sanatlar alanında oldukları saptanmıştır. Bunların da tipik zayıflıkları finans, pazarlama ve işin yürütülmesi alanlarındadır [Çelebi, 1997].

ABD’de ki araştırmalar iş kadınlarının %90’ının hizmet, %7’sinin imalat, %3’ünün de finans sektöründe çalıştıklarını, ancak software üretimi ve bilgisayar hizmeti gibi ileri teknoloji alanlarında iş bulan kadınların da mevcut olduğunu göstermektedir. Geleneksel alanlar olarak seyahat acenteleri ve giysi stilistiği başta gelmektedir. En yaygın işler ise emlakçılık, sigortacılık gibi şahıs, toptancılık ve imalatçı temsilciliğidir. Bu işlerin tercihinin altında, hizmet sektöründe geçen mesleki tecrübe ile kadınları erkek egemen alanlarda iş kurmaktan vazgeçirten arkadaş ve danışman tavsiyeleri yatmaktadır [Çelebi, 1997].

Eğitim açısından bakıldığında, babalarının ortalama üstü bir eğitime sahip oldukları, kendilerinin de üst düzey eğitimli erkeklerle evlendikleri gözlenmektedir. Kadınların çoğunluğu (%67) orta veya üst düzey sınıflarda doğup büyüdüğünü, %32'si babalarının da iş adamı olduğunu, annelerinin %28'inin yöneticilik pozisyonunda, %13'ünün ise iş kadını olduğunu belirtmişlerdir. Kadınların çoğunluğu sosyal bilimlerde, %15'i iş idaresi, muhasebe gibi alanlarda, çok azı ise fen ve mühendislik alanlarında eğitim görmüştür, %82'si önceden bir iş tecrübesi geçirmiş olup bunların %17'si memuriyet, %12'si sekreterlik, %11'i eğitimde çalışmıştır, %11'i hukukçu vb. profesyonel işlerde, çok azı ise üst düzey yöneticilikte bulunmuştur [Çelebi, 1997].

Kadının işgücüne katılımı konusunda ise Türkiye, ABD, İngiltere ve Güney Kore'nin gerisindedir, fakat İrlanda ve Meksika'dan daha iyi konumdadır. 1955-99 dönemine bakıldığında ve Türkiye'de iktisadi yaşamda faal olabilecek kadınların %72'sinin işgücüne katılma oranının 1999 yılında %30'a düştüğü düşünöldüğünde ölkeler olarak büyük bir gerileme içinde olduğumuz ortaya çıkmaktadır [Göğüs Tan, M., Ecevit Y. ve Sancar Üşür, S., 2000, Aktaran, Çetindamar, 2000]. Ayrıca, burada dikkat edilmesi gereken nokta kadın istihdamının Türkiye'de tarımda yoğunlaşmış olması, buna karşılık diğer ölkelerde kadın işgücünün ağırlıklı olarak servis sektöründe bulunmasıdır [Çetindamar, 2002].

Türkiye'nin girişimci kapasitesini zenginleştirebilecek ve şu anda aktif olarak kullanmadığı iki önemli kaynağı mevcuttur, bunlardan birincisi Türkiye'nin nüfusu, ikincisi ise kadınlardır. DİE'nin hazırladığı hane halkı istatistiğinde yaş grubuna göre ayrıştırılan meslek grubu dağılımlarının gösterildiği Tablo 1.11'e göre, 2000 yılında 20,5 milyon istihdam içinde kendini "girişimci, direktör, üst kademe yönetici" olarak ifade edenlerin sayısı sadece 488 bindir. Yani toplam istihdamın sadece %2,4'üdür. Bunların içinde sadece 41 bini (%8,4'ü) kadındır. Bu verilere göre kadınların daha erken yaşlarda girişimci olduğu gözlenmektedir. 35 yaş altındaki kadınlar, girişimci kadınların neredeyse yarısını (%48,8'ini) oluşturmaktadır ve bu oran aynı yaş grubundaki erkeklerin 1,8 katına (%27,6) eşittir. Benzer şekilde kadın girişimlerin sadece %5'i 50 yaşın üstündeyken bu oran erkeklerde %10,8'dir. Tablo 1.11'de göröldüğü gibi girişimcilerin dörtte biri 30-34 yaşlarındadır. Ayrıca tüm girişimciler içinde kadınların

oranı yaş grubu ilerledikçe azalmaktadır [Çetindamar, 2002].

Tablo 1.11: Türkiye’de Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Girişimciler [Çetindamar, 2002]

Yaş grubu	Toplam girişimciler (bin)	Erkek girişimciler (bin)	Erkek girişimcilerin toplam erkekler içinde oranı, (%)	Kadın girişimciler (bin)	Kadın girişimcilerin toplam kadınlar içinde oranı, (%)
15-19	2	2	0,4	0	0
20-24	13	10	2,2	3	7,3
25-29	45	38	8,5	7	17,1
30-34	83	73	16,4	10	24,4
35-39	86	78	17,5	8	19,5
40-44	90	84	18,9	6	14,6
45-49	71	66	14,8	5	12,2
50-54	48	46	10,8	2	4,9
55-59	28	28	63	0	0
60-64	15	15	3,4	0	0
65+	7	7	1,6	0	0
Toplam	488	447	91,6*	41	8,4*

*Tüm meslekler değil sadece toplam girişimciler içinde kadın veya erkeklerin oranını ifade etmektedir. Kaynak: DİE, 2000 verilerinden hesaplanmıştır.

Türkiye’deki iş kadınlarının ve kadın girişimcileri konu edinen araştırma bulgularına göre, Türk kadın girişimciler güçlü bir başarı ve bağımsızlık güdüsüne sahip olup şimdiki işlerini, önceki işlerinde herhangi bir biçimde engellemelerinden dolayı değil, işlerinden gelen kendi işini kurma isteği etkisi ile başlatmışlardır [Çelebi, 1994].

“Bağımsız İş Yeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri” başlıklı ve Türkiye çapında yapılan bir alan araştırmasının verilerine dayalı olan bu çalışmadan şu veriler elde edilmiştir. Türkiye’deki iş kadınlarının %56’sı ticaret, %13’ü de ticaret ve hizmet sektöründe bulunmaktadır. İşteki durumları işveren veya kendi hesabına çalışan olarak betimlenen kadınların iş yaşamına özellikle 1985’ten sonra geçtikleri tespit edilmiştir. Ortalama yaşları 30-39 olan kadınların %45’i lise, %20’si üniversite mezunu olup %50’si ayrıca bir kursa devam etmiştir.

Çoğunluğunun kent kökenli, evli, iki çocuklu, çekirdek ailede yaşayan, baba mesleği ticaret, anne mesleği ev kadınlığı olan bu kadınların, yine çoğunluğu, iş kurmayı ilk kez kendilerinin düşündüklerini, ailelerinin iş kurmalarına destek olduklarını ifade etmişlerdir. İş kadını olmaya içlerinden gelen istekle başlayanlar %42, evde oturmaktan sıkılmakla geçenler %10, aile bütçesine katkıda bulunmak için geçenler ise %23,4 oranlarındadır.

Kadınların çoğunluğu iş yaşamlarındaki çevrelerinin kendilerini desteklediklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda tüketiciler, diğer iş yeri sahipleri, toptancılar ve resmi makamlardaki görevliler iş kadınlarını desteklemektedir. En büyük sorunları olarak sermaye teminidir, ayrıca iş yeri kiralamadaki güçlüklerden ve kiralaların yüksekliğinden, mal teminindeki zorluklardan ve işi yürütme bilgisinden yoksun olmalarından da şikayet etmektedirler [Çelebi, 1994].

1.7.3. Türkiye’de Kadınların Sahip Olduğu İşletmelerin Sektörel Dağılımı

Türkiye’de kadınların sahip olduğu işletmelerin sektörel anlamda ilk dağılımına bakıldığında, işletmelerin daha çok “endüstri” alanında yoğunlaştığı görülmektedir. Tablo 1.12’de de görüldüğü gibi, bunu ticaret ve en son olarak ta hizmet sektörü izlemektedir. Erkekler ise daha çok ticaret ve hizmet sektöründe yoğunlaşmaktadır.

Tablo 1.12: Cinsiyete Göre Mikro İşletmelerin Sektörel Dağılımı [Arıkan, 2002]

SEKTÖR	KADIN	ERKEK	TOPLAM
Ticaret	35.5	36.2	35.7
Endüstri	36.8	28.5	34.0
Hizmet	27.7	35.3	30.2
TOPLAM	100.0	100.0	100.0

Sektörel bazdaki çalışma yanında işkollarındaki dağılım Tablo 1.13'te görülmektedir. Bu tabloya göre kadınlar perakende satış, giyim ve aksesuar alanlarında yoğun olarak (toplam %46) mikro ve küçük işletmelere sahiptirler. Kadınlarla erkeklerin bu iki alanda yoğunlaşmış oldukları gözlenmektedir. Ancak daha sonraki sıralamaya bakıldığında, erkekler mesleki hizmetlerde yoğunlaşırken, kadınlar el sanatları ve kişisel hizmetlerde yoğunlaşmaktadır. Bu durum Türkiye şartlarının cinsiyet faktörlerine göre girişimcilğe imkan tanıdığını göstermektedir [KSSGM, 2000].

Tablo 1.13: Cinsiyete ve Sektöre Göre Mikro Girişimcilerin Dağılımı [Arıkan, 2002]

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
Perakende Gıda Satışı	6,2	8,1	6,8
Emlakçılık	6,6	9,41	7,5
Kişisel Hizmetler	9,2	7,7	8,7
Çocuk Bakımı	4,7	0,4	3,3
Mesleki Hizmetler	3,6	7,22	4,8
Perakende Satış	26,7	23,0	25,4
Diğer	3,6	6,4	4,5
TOPLAM	100,0	100,0	100,0

Türkiye'de ise TC. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü tarafından yaptırılan benzer bir çalışma, kadınların çoğunlukla toplam varlıkları 250

milyon TL veya altında olan işletmelere sahip olduklarını göstermiştir. Ancak yine de toplam sermayesi Tablo 1.14'ten görüldüğü gibi 1 milyar TL'yi aşan işletmeler de küçümsenemeyecek ölçüde mevcuttur [KSSGM, 2000].

Tablo 1.14: Cinsiyet İtibariyle Cari İşletme Değerler (%) Milyon TL Olarak [Arıkan, 2002]

Cari Değer	KADIN	ERKEK	TOPLAM
250 milyona kadar	48,8	47,4	48,3
250-500 milyona kadar	19,1	19,5	19,3
500-750 milyona kadar	4,5	6,0	5,1
750-1,000 milyona kadar	12,5	9,3	11,3
1,000 milyon TL ve Üstü	15,1	17,7	6,0
TOPLAM	100,0	100,0	100,0

Türkiye'deki kendi hesabına çalışanların ve işverenlerin yıllar itibariyle değişimi Tablo 1.15'te daha detaylı olarak gösterilmektedir.

İşverenlerin oranı toplam istihdam içinde 1989-99 döneminde %3,4'den %4,6'ya artarken kendi hesabına çalışanların oranı aynı dönemde %25 dolaylarında kalmıştır. On yıllık süre içinde işveren ve kendi hesabına çalışanların oranlarında 1990 ve 1994 arasında ufak bir düşüş olmakla birlikte ciddi bir değişim yaşanmamıştır [Çetindamar, 2002].

Girişimci sayısı ile ilgili ilginç bir bulgu girişimci erkek ve kadınların oranlarıdır. Tablo 1.15'te görüldüğü gibi çıkış ve inişlere rağmen kendi hesabına çalışan kadınlar, toplam kendi hesabına çalışanların %10'u civarındadır. Tüm işverenler içinde kadınların oranı ise % 3,3 gibi çok düşük bir orandır. Hem işverenler, hem de kendi hesabına çalışanlar girişimci diye düşünülürse, Türkiye'de erkek girişimciler, kadınların 7 katıdır.

Tablo 1.15: Türkiye'de İşverenlere ve Kendi Hesabına Çalışanlara Dair Oranlar [Çetindamar, 2002]

Yıl	Top. İstihdam (bin)	İşveren (bin)	İşveren oranı	İşverenler içinde kadın oranı	Kendi hesabına çalışanlar (bin)	Kendi hesabına çalışanların oranı	Kendi hesabına çalışanlar içinde kadınların oranı
1989	19.002	651	%3,4	%2,6	4.836	% 25,4	%7,3
1990	18.698	704	%3,8	%2,0	4.736	% 25,3	%6,3
1991	20.019	999	%5,0	%2,0	5.090	% 25,4	%8,5
1992	19.579	1.092	%5,6	%2,9	4.816	% 24,6	%9,0
1993	19.702	1.109	%5,6	%2,6	4.793	%24,3	%7,1
1994	20.315	1.134	%5,6	%1,7	5.038	%24,8	%10,1
1995	20.834	1.038	%5,0	%3,2	5.197	%24,9	%7,8
1996	21.376	1.116	%5,2	%4,1	5.046	%23,6	%7,0
1997	21.201	1.148	%5,4	%3,6	5.412	% 25,5	%9,1
1998	21.230	1.269	%6,0	%3,6	5.352	%25,2	%8,8
1999	22.050	1.019	%4,6	%3,3	5.464	%24,8	%9,2

Kaynak: DİE.

Uluslararası karşılaştırma yapılan GEM (Global Entrepreneurship Monitor: Dünya Girişimcilik Raporu) çalışmasında ise kendi hesabına çalışanlar girişimci kategorisinde değerlendirilmemiştir, GEM verileri işveren sınıfına girenlerdir ve buna göre 29 ülkenin ortalaması olarak erkek girişimcilerin kadınların iki misli olduğu saptanmıştır. GEM çalışmasının tanımına göre Türkiye’de erkek girişimciler kadın girişimcilerin 29 katıdır. Kendi hesabına çalışan kadınlar toplam kadın istihdamının sadece %9’unu oluştururken, kendi hesabına çalışan erkeklerin toplam erkek istihdamında oranı %32’ye ulaşmaktadır. Bu sonuçlar gösteriyor ki çalışan erkeklerin üçte biri kendi hesabına çalışırken, çalışan kadınların yaklaşık olarak onda biri kendi hesabına çalışmaktadır. Kadın işverenler, toplam kadın istihdamının sadece %0,5’ini oluştururken, erkek işverenler çalışan erkeklerin %6,5’ini oluşturmaktadır. Buna göre bir yandan girişimci olma eğilimi açısından erkeklerin, kadınlardan çok daha fazla girişimci oldukları söylenebilmektedir.

Bir yandan da kadınların, Türkiye'nin toplumsal yapısı ve karşılaştıkları sorunlar nedeniyle girişimci olmadıkları söylenebilmektedir. Özellikle kadınların dörtte birinin okuma yazma bilmediği gerçeği düşünüldüğünde çok daha az eğitilmiş oldukları ortaya çıkmaktadır. Sonuçta Türkiye nüfusunun önemli bir potansiyeli "atıl" olarak durmakta, ekonomik ve toplumsal refahın yaratılmasına katılamamaktadır. Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM) bu konuda detaylı bir çalışma gerçekleştirmiş ve sorunun çözümüne yönelik birçok öneriler geliştirmiştir [KSSGM, 2000]. Benzer şekilde üniversitelerde bu konuda çalışmalar yapılmaktadır [Çavdaroglu, 1996; Gürol, 2000, Aktaran, Çetindamar, 2002].

İşveren sayısı girişimci sayısına karşılık gelmese de şirket kurma prosesini yapan kişiler olduklarından çok kaba bir şekilde burada genel bir karşılaştırma yapmak için eşit olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca Tablo 1.16'da yer alan ülkelere ait her 100 yetişkin içinde şirket kuran insanlar verileri, GEM tarafından yapılan farklı bir yöntemle hesaplanmasına karşılık burada sadece göreceli bir fikir edinmek için Türkiye'nin performansını ölçmek amacıyla kullanılmıştır. Buna göre, en yüksek girişimci faaliyeti Meksika'dadır. GEM tarafından 2001 yılında gerçekleştirilen 29 ülkeyi kapsayan çalışmada Meksika girişimcilik faaliyeti olarak birinci konumdadır ve ABD ancak yedinci olabilmiştir. Meksika'nın ihtiyaçtan kaynaklanan girişimcilik faaliyetinin yüksek olduğu gözlenmektedir. Güney Kore ve İrlanda ise 29 ülke içinde sırasıyla dördüncü ve altıncı olmuşlardır. 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 1.16: Bazı Ülkelerde Her 100 Yetişkin İçindeki Girişimci Sayısı [Çetindamar, 2002]

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

Kaynak: GEM 2001 ve DİE verilerinden derlenmiştir.

BÖLÜM 2. KADIN GİRİŞİMCİLER

2.1. Kadın Girişimcilerle İlgili Tanımlar

Girişimci kadın,

-Evinde veya 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 olması sıfatıyla ortaklık kuran,

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

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

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

-İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır [Ecevit, 1993].

Girişimci kadın tanımına bu tür bir içerik kazandırıldığında Türkiye’de “girişimci kadın” olarak nitelendirilebilecek kişilerin sayıları istatistiklerin gösterdiğinden çok daha az olacaktır. Çünkü bir takım faktörler, günümüzde kadınların çalışma dünyasına erkeklerle eşit yada eşite yakın koşullarda, bağımsız ve yukarıdaki özellikleri taşıyarak girebilmelerini engellemektedir [Ecevit, 1993]

Girişimci kadın olmak, kadına çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık imkanı verdiği gibi, yine kadının, işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, insanlar arası ilişkileri kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi alanlarda da beceri kazanmasını sağlamaktır [Ecevit, 1993].

2.2. Kadın Girişimci Tipleri

Goffe ve Scase [1985] 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 [Özen Kutanis, 2003].

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 [Goffe ve Scase, 1992].

İkinci tip ise, girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmesinin büyümesini öncelikli hedefleri arasına koyan '**yenilikçi girişimci**' 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 [Goffe ve Scase, 1992].

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 [Goffe ve Scase, 1992].

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 girişimler kadın hareketleriyle ilişkili, basın, yayın, perakende satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat gibi çeşitli alanlarda olmaktadır [Goffe ve Scase, 1992, Aktaran, Özen Kutanis, 2003].

Bu yaklaşıma belli eleştiriler de gelmiştir [Allen & Truman,1988; Carter & Cannon,1988]. Eleştirilerin bir kısmı kadın girişimcilerin analizi için girişimcilik idealleri ve geleneksel cinsiyet rollerinin yeterli boyutlar olamadığını, 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 Kutanis, 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 büyüyüp 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 Kutanis, 2003].

2.3. Kadın Girişimcilerin Hareket Noktaları ve Karakteristik Özellikleri

Çeşitli araştırmacılar tarafından ampirik çalışmalarda, girişimcilerin birçok ortak karakter özellikleri taşıdıkları ve bu özelliklerin onları kendi işlerini kurma konusunda harekete geçirdiği ortaya çıkmıştır. Bunlar;

- Başarma ihtiyacı
- Risk alabilme eğilimi
- Bağımsız olma arzusudur.

Bu özelliklerin yanı sıra, araştırmacılar bir girişimcinin başarılı olabilmesi için hangi özelliklere sahip olmaları gerektiğini sıralamaya çalışmışlardır. Bunlar arasında;

- Doğru karar alabilme
- Geleceği planlayabilme
- Zamanı iyi değerlendirebilme, özellikleri gelmektedir.

Bu çalışmaların yanı sıra, bir çok araştırma kadın girişimciler üzerinde durmuş ve onların psikolojik özelliklerini, güdülerini ve ilham kaynaklarını incelemiştir. Bu konuda Dhillon ve Malhotra tarafından Delhi’de yapılan bir araştırma sonucuna göre, kadınların girişimci olmalarındaki güdüler sırasıyla Tablo 2.1’deki gibidir.

Tablo 2.1: Kadınların Girişimci Olmalarındaki Güdüler [Dhillon, 1993]

GÜDÜ	SIKLIK	YÜZDE
1. Hırs	11	27.5
2. Kendi ilgi alanı	11	27.5
3. Bağımsızlık	5	12.5
4. Finansal zorunluluklar	4	10.0
5. Konforlu bir yaşam düzeyi	4	10.0
6. Meşgul olma arzusu	2	5.0
7. Konforlu ikili bir rol	1	2.5
8. Yatırım	1	2.5
9.İstihdam yaratma isteği	1	2.5

Bu tabloya göre, kadın girişimcilerin kendi işlerini kurmaları konusunda en önde gelen güdüler başarıya ve kendi ilgi alanının peşinde koşma isteğidir. Bu iki güdü Hisrich ve Brush’ın batıda yaptığı çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Diğer önde gelen sebepler ise, işinde bağımsız olma isteği ve parasal ihtiyaçlardır [Dhillon, 1993].

Gürol ise, bu konuda Hisrich tarafından yapılan bir başka çalışmanın sonuçlarını şu şekilde özetlemektedir. 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 [Gürol, 2000].

Cromie ise kadın ve erkek girişimcileri motive eden nedenleri karşılaştırmaya çalışmıştır. Bu konuda, Goffee ve Scase tarafından yapılan çalışmalarda, kadınların ev ve iş yaşamlarında ikinci planda kalmaktan kaçmak için girişimciliğe yöneldiklerinin ortaya çıktığını vurgulamıştır. 35 erkek ve 34 kadın girişimci üzerine yaptıkları araştırma sonuçları ise, kadınların daha çok işle beraber annelik rollerini daha iyi gerçekleştirmek için girişimci olduklarını göstermektedir. Buna karşılık, erkekler para kazanma arzusu ile girişimci olmaktadır. Bu sonuçların ortaya çıkmasını Cromie, kadın ve erkeklerin toplumdaki farklı sosyal sorumluluklarına (kadın çocuklara bakmakla yükümlü, erkek ise para kazanmakla) bağlamaktadır [Cromie, 1987]

Bunların yanı sıra, Bowen ve Hisrich, kadın girişimcilerin özelliklerini araştırmış ve onların;

1. İşletme konusunda olmasa da genel olarak iyi bir eğitime sahip olduklarını,
2. Kontrol alanının yüksek olduğunu,
3. Diğer kadınlara göre daha erkeksi veya değerlerinde daha kararlı olduklarını,
4. Büyük olasılıkla girişimci bir babaya sahip olduklarını,
5. Büyük olasılıkla ailenin ilk veya tek çocuğu olduklarını,
6. Erkek egemenliğinin olduğu alanlara daha az rağbet ettiklerini,
7. Çoğunlukla evli olduklarını,
8. Nadiren büyük bir işletmeye sahip olduklarını,
9. İş konusunda eğitime ihtiyaç duyduklarını ortaya koymuşlardır [Bowen ve Hisrich, 1986].

Gartner ise, kadın girişimcilerle ilgili çalışmaların son yıllarda popüler olduğuna, birçok araştırmacının, kadın girişimcilerin özelliklerini ve ortak noktalarını araştırdıklarına dikkat çekmiştir. Ancak, çalışmaları eleştirerek, kadın girişimciler arasında ortaya çıkarılan benzer noktaların çevresel faktörlerden mi, psikolojik farklılıklardan mı yoksa eğitim düzeylerindeki farklılıklardan mı kaynaklandığı üzerinde düşünülmesi gerektiğini savunmuştur [Gartner, 1985].

2.4. Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyi

Kadın girişimcilerin eğitim düzeyi incelendiğinde, ABD’de, büyük çoğunluğunun yüksek eğitim sahibi olduğu görülmektedir. Girişimci kadınlar en çok işletme eğitimine sahiptirler. Aşağıdaki tablo ABD’de kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine ilişkin bir bilgi sunmaktadır [Hisrich, 1989].

Tablo 2.2: ABD’de Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri [Hisrich, 1989]

Alan	Oran
İşletmecilik	% 20
Eğitim	%16.7
Hukuk	%11.7
İletişim	%10.0
Sağlık hizmetleri	%8.3
Sanat	%6.7
İngilizce, edebiyat	%6.7
Sosyal bilimler	%6.7
Tıp	%5.0
Bilim, mühendislik vb.	%5.0
Kütüphanecilik	%3.3

Türkiye’de ise, kadın girişimcilerin %40’ı orta eğitim mezunudur. Ancak son yıllarda üniversite mezunu olanların sayısı da dikkat çekecek ölçüde artmıştır. Buna göre son yıllarda, Türkiye’deki kadın girişimcilerin karşılaştığı pek çok sorun yanında, en önemli sorunlarından biri olan eğitim sorununu çözdükleri gözlenmektedir.

Aşağıdaki Tablo 2.3.'te Türkiye'de kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine ilişkin bir bilgi sunmaktadır [KSSGM, 2000].

Tablo 2.3: Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri [KSSGM, 2000]

EĞİTİM DURUMU	KADIN	ERKEK
Eğitim görmemiş	%7.9	%2.1
İlkokul terk	%2.3	%1.7
İlkokul mezunu	%50.5	%64.3
Ortaokul	%25.6	%21.7
Üniversite	%13.6	%10.2

Türkiye ile ABD'yi girişimci olmada eğitim faktörünün etkileri açısından karşılaştırdığımızda Tablo 2.3.'e göre Türkiye'de girişimcilerin daha çok ekonomik nedenlerden dolayı girişimci oldukları iş hayatına atıldıkları zaman ise eğitimlerini yarıda bıraktıkları gözlenmektedir. Türkiye'de ise girişimciliği bir meslekten çok hayat şartlarının zor olmasından kaynaklanan yapılması gereken zorunlu bir iş veya aileden gelen mesleği devam ettirmek şeklinde tanımlamaktadırlar. İş hayatında da deneme yanılma yoluyla tecrübe sahibi olmaktadır.

Tablo 2.2.'ye bakıldığında ise ABD'de girişimcilerin girişimci olmak için eğitim aldıkları ve aileleri tarafından desteklendikleri görülmektedir.

2.5. Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Zorluklar

2.5.1. 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 yönelimi varken, doğu illerinde, küçük kasabalarda kentlerin dış çevrelerinde çok geleneksel topluluklar görülmektedir. Bu ikili

yapı kadın girişimciler için farklı olanaklar yanında kısıtlamalarda getirmektedir. Ülkenin daha modern yörelerinde ve ekonominin daha ileri sektörlerinde bile küçük işletmeleri yönetmeye teşebbüs eden kadınlar çeşitli toplumsal ve kültürel engellerle karşılaşmaktadırlar [KSSGM, 2000].

2.5.1.1. Eğitim

Gerekli eğitimden yoksunluk, kadın girişimcilerin en çok karşılaştıkları kısıtlamalar arasındadır. Türkiye'nin mevcut eğitim sistemi genç kadınlar arasında girişimcilik becerilerini geliştirecek ve güçlendirecek nitelikte değildir. Kadınlar erkeklerden daha az örgün eğitim almakta ve formel iş piyasalarında rekabet bakımından güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Kadınlara yönelik mesleki eğitim geleneksel ve cinsiyete dayalı rolleri destekleyici niteliktedir. Çıracılık programları , girişimcilik eğitimi ve geleneksel olmayan becerileri geliştirme çabaları gibi seçeneklerin bulunmayışı, kadınların geleneksel işler ve roller dışında gelişmelerini sınırlamaktadır. Bu yüzden kadınlar gerekli becerileri ancak deneysel yoldan edinebilmektedirler [KSSGM, 2000]

2.5.1.2. Kadınların toplumsal rolünün algılanışı

Cumhuriyet'in 1923'te kurulmasından sonra kadınlar eğitim, siyasi temsil ve istihdam alanlarında daha geniş olanaklar elde etmişlerdir. Kamu yaşamına bu resmi erişime rağmen kadının toplum içindeki rolü büyük ölçüde geleneksel, kültürler değerler tarafından belirlenmeye devam etmektedir. Bu değerler aile içinde belirgin şekilde cinsiyete dayalı iş bölümü olduğunun göstergesidir. Erkeklerle eve ekmek getirme rolü bu anlayış çerçevesinde tahsis edilmekte, ailenin mali yönden desteği erkeklerden beklenmekte, kadınların ise evi idare etmesi ve çocukları yetiştirmesi istenmektedir. Kadının ev dışında çalışmasının yasaklanmamasına karşılık onlardan çalışmaları da beklenmemektedir. Bir kadının işgücüne katılımına ancak ev idaresi sorumluluklarını yerine getirmeye devam etmesi şartıyla müsaade edilmektedir.

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].

2.5.1.3. İş bağlantıları

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, satın almalar, pazarlama ve diğer işler onlar adına erkeklerce üstlenilmektedir. Ev eksenli çalışan kadınlar açısından bu yalıtım kadınların piyasada azalmasına neden olmakta, yeni teknolojileri öğrenme, ürün tasarımı geliştirme, yeni pazarlar ve fırsatlar yaratma kabiliyetlerini sınırlandırmaktadır [KSSGM, 2000].

2.5.1.4. Aile tepkileri

Araştırmanın katılımcıları ailelerin ya da çevrelerinin iş faaliyetlerini olumsuz karşılamadıklarını bildirmişlerdir. Evli katılımcıların yaklaşık %94’ü eşlerinin çalışmalarını onayladığını belirtmektedirler. Bekar ve evli kadınlar ailelerinden çalışmalarına yönelik herhangi bir itiraz gelmediğini, sırasıyla %89,4 ve %91,3 oranlarında ifade etmektedirler. Eşlerinin aileleri tarafından onay oranında biraz daha fazla bir itiraz oranı söz konusudur (%88,6). Ancak anket görüşmelerinde aile ve eşin onayı ile ilgili olarak başka sorunlar dile getirilmiştir.

Kadınların kendi işletmelerini kuramamalarının sebeplerinden biri de aile ve çevre baskısıdır. Aynı şekilde ev eksenli işletmelerden alınan örnekleme daha büyük olması halinde eşlerin toplum içinde çalışmaya itirazlarının da daha büyük boyutlara erişebileceği açıktır [KSSGM, 2000].

2.5.2. İş yükü

Kadınların ücretli işgücüne katılımları çağdaş Türk toplumunda yaygın bir kabul görmüştür. Türkiye, Orta Doğu'nun en ilerici ülkelerinden biri olarak batı ülkelerine yakın bir katılım oranı göstermektedir. İleri düzeyde eğitim görmüş kadınlar kamu ve özel sektörde pek çok yüksek mevkilerde yer almaktadırlar.

Ancak kadının işgücüne katılımının aile içindeki statüsü ve rolü üzerinde dolaysız bir etkisi yoktur. Genelde iş bölümü hala gelenekseldir. Erkeklerle kadınların beklentilerindeki değişim süreci bir hayli yavaş olmaktadır. Erkek hala ekmek getiren ve kadın da yuvayı kuran olarak görülmektedir.

Türk toplumunun paradoksu, kadın işgücüne katılmakta, hatta katılması teşvik edilmekte ancak buna rağmen ev işlerini de yapması beklenmekte, böylece kadınlar çifte güçlkle karşılaşmaktadır.

Bu araştırmanın sonuçları kadınların ayrıca evde çocuk bakımından ve evin idaresinden de sorumlu olduklarını ve dolayısıyla bu işler için erkeklerden on kat daha çok zaman harcadıklarını ortaya koymuş bulunmaktadır. Buna ek olarak, kadınlar işletmelerinde erkekler kadar zaman harcamaktan geri kalmamaktadır.

Kadınların omuzlarındaki bu çifte yüke karşı bir strateji olarak kadınlar ev işini ucuz kadın işçilere havale etmektedirler. Bir başka çok yaygın strateji de çocuklar büyüyünceye kadar dışarıda çalışmayı bekletmek olmaktadır.

Ağır iş yükünün kadınların kamu kuruluşları ile karşılıklı etkileşimi üzerinde de etkisi bulunmaktadır. Kadınların kamu kuruluşlarındaki işleri yani kredi almak için form

doldurma, işletmesini tescil ettirme, belge derleme ve bunlarla ilgili her türlü ayrıntı için pek az zamanları kalmaktadır. Mali ve diğer hizmetlerde kadınların harcadığı zamanı azaltmak için daha basitleştirilmiş yöntemlerin gerekeceği düşünülmektedir [KSSGM, 2000].

2.5.3. Aile içinde güç ilişkileri

Evli kadınlar eşlerini aile reisi olarak görme eğilimindedirler. Katılımcılar arasında pek azı kendilerini aile reisi olarak göstermiştir. Eşi ölmüş, ayrılmış veya boşanmış kadınlar, kendilerinden genel olarak aile reisi olarak bahsetmekte iken, bekar kadınların kendilerini ve babalarını aile reisi olarak takdim etme oranları aynıdır [Tablo 2.4.].

Tablo 2.4: Aile Reisi Kimdir? [%] [KSSGM, 2000]

Anket Katılımcısı	19
Eşi	47
İkisi Birden	13
Babası	14
Diğer	4
Yanıt Yok	3
Toplam	100

Mikro işletme sahibi olmak kadın girişimcilere belli bir ekonomik bağımsızlık sağlamaktadır.

Tablo 2.5: Edinilen Gelirin Harcanmasına Kim Karar Verir? [%] [KSSGM, 2000]

Anket Katılımcısının Kendisi	54
Katılımcı ve Eşi	28
Sadece Eşi	7
Babası veya Bir Akrabası	4
Diğer	7
Toplam	100

Gelirlerin nasıl harcanacağına kimin karar verdiği sorulduğunda, katılımcıların yarısı bu kararı bizzat aldıklarını bildirmişlerdir. Katılımcıların dörtte biri ise bu kararı eşleri ile birlikte ortaklaşa aldıklarını ifade etmektedir (Tablo 3.5) [KSSGM, 2000].

2.6. Kadın Girişimciliğini Destekleme Politikaları

Türkiye’de kadın girişimciliğin alternatif bir istihdam biçimi olarak gelişimi amaçlanıyorsa, mevcut engellerin engel olmaktan çıkmasının yollarını aramak ve gelişmeyi sağlayacak örgütlenme ve düzenlemelerin neler olabileceğini tartışmak gerekmektedir. Bu bağlamda, kadın girişimciliğin yaygınlaşması dört boyutlu model çerçevesinde incelenmektedir [Ecevit, 1993].

2.6.1. Eğitim ve beceri

Eğitim ile iş piyasasına katılma arasında olumlu bir ilişkinin olduğu ve kadınların eğitim düzeyi yükseldikçe ev dışında çalışma oranlarında da artış kaydedildiği bilinmektedir. Nitekim, 1990’da kentlerde yaşayan kadınların iktisadi faaliyete katılma oranlarının ilkökul mezunları için %11, ortaokul mezunları için %16, meslek orta okulları için %22, lise mezunları için %39, meslek lisesi mezunları için %44 ve üniversite mezunları için %78 olduğu saptanmıştır [Ecevit, 1993].

Benzer şekilde, kendi hesabına çalışanlar için de bu tür faaliyeti yürütme ile eğitim düzeyleri arasında olumlu bir ilişkinin olacağını varsayılabilir, özellikle meslek okullarından mezuniyetin, kazanılan becerilerin kullanılması açısından, potansiyel girişimci kadın yaratmaya uygun olduğu düşünülmektedir [Ecevit, 1993].

Türkiye’de kentlerde çalışan kadınlar arasında meslek lisesi mezunlarının oranı %7.6, lise mezunlarının oranı ise %18.6’dır [Ecevit, 1993].

2.6.2. İş piyasasının yapısı, talepleri ve geleceği

Girişimci kadınların bir kısmı sınırlı eğitim düzeyine sahiptir, bu durum kadın girişimcilerin çalışma hayatında karşılaştıkları önemli sorunlardan ilkinin teşkil etmektedir. Kadın girişimcilerin sıkıntı çektikleri bir başka konu ise örgütlenme ve işletme dışı ilişkileri kurmaktır [Ecevit, 1993].

Emek piyasasında cinsiyete göre mesleki ayrım çok güçlüdür. Sanayide ve hizmet sektöründe yeni dallar ortaya çıktıkça bunlar da cinsiyete göre ayrılmaktadır.

Ekonomik kriz dönemlerinde işten ilk önce çıkarılanlar kadınlar olmaktadır. Bu dönemlerde kadın işsizlerin oranı yükselmektedir. Kadın girişimciliğinin teşviki özellikle ekonomik kriz dönemlerinde daha çok gerekmektedir [Ecevit, 1993].

2.6.3. Sermaye ve kredi

Türkiye’de kadınlar kredi sağlamada çok sınırlı olanaklara sahiptirler. Dünya bankası tarafından yapılmış olan bir araştırmada durum şöyledir:

1. Kadınların kredi alımları ciddi şekilde sınırlıdır.
2. Kadınlar, borç para oranlarının çok küçük bir oranını oluşturmaktadırlar ve vadeli hesapları ile aldıkları borç oranları çok dengesizdir.

3. Kadınlar genel olarak, satılabilen ürünler, geçimlik meyve, sebze ve kümes hayvanları için borç almaktadırlar.
4. Bir araştırmada verilen borçların %1'inin imalat amacıyla, biraz daha yüksek oranda perakende ticaret amacıyla verildiği saptanmıştır. Borçların %60'tan fazlası aile içi üretim için verilmiştir [Ecevit, 1993].

2.6.4. Girişimci kadınlar arası örgütlenme

Örgütlenme hem kendi hesabına çalışanlar hem de gelecekte bu statüde çalışmayı düşünenler için vazgeçilmez bir faaliyettir. Dünyadaki örneklere bakılırsa, kadınlar arası örgütlenmenin, özellikle kendi hesabına çalışanlar arasında kooperatifler veya birlikler kurarak gerçekleştiğini göstermektedir. Vakıf ve banka modelleri de bulunmaktadır [Ecevit, 1993].

Kooperatif veya birlikler kurarak gerçekleştirilecek bir örgütlenme içine girecek kadın grupları, evde çalışanlar (kendi hesabına veya parça işi yapan); kendi iş yerinde çalışanlar ve hizmet işlerinde bir veya birkaç işverene bağlı olarak çalışanlar [temizlikçiler, çocuk bakıcıları gibi] şeklinde düşünülebilir [Ecevit, 1993].

Örgütlenmede ilk adım, aynı iş kolunda veya meslekte çalışan kadınları birbirinden haberli kılmak ve çalışma alanının kapsamını saptamaktır.

Kendi hesabına iş kurmak isteyen kadınları bu amaçlarını gerçekleştirmekten alıkoyan temel bir etken, gereksinim duydukları belli konularda destek hizmetlerinin eksikliğidir. Bu eksikliğı gidermek için, onları piyasa koşulları hakkında aydınlatıcı, kredi sağlama yolları hakkında bilgilendirici, yasal destek ve rehberlik sağlayıcı kuruluşlara gereksinim vardır. Aynı kuruluşlar, bu noktalara ek olarak eğitim ve beceri konusunda destek sağlayabilir, teknik danışmanlık verebilir, ürün tasarımları oluşturup çoğaltabilir, dağıtım ve pazarlama bilgisini girişimci kadınlara yayabilirler. Bu iş bir çerçevede düşünüldüğünde, bu tür destek hizmetlerini verecek olan kuruluşların da çok sayıda ve farklı statülerde olacağı açıktır [Ecevit, 1993].

Ecevit'e göre Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Milli Eğitim bakanlığı, Maliye, Sanayi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları, Tarım, Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, Bankalar, Belediyeler, Sanayi ve Ticaret Odaları, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu, İGEME, TOBB, Milli Prodüktivite Merkezi, Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve konuyla ilgilenebilecek diğer örgütler, yeni iş kuran veya işlerini geliştiren kadınlara çeşitli açılardan destek verebilirler. Bugünkü örgütlenme biçimleri ve kuruluş gayelerine bakıldığında, bu destek örgütlerinin çoğu, tek başlarına kapsamlı bir yol göstericilik ve destek yeterlilikte görünmemektedir. Ancak, bu kuruluşların her birinin en etkin biçimde hangi alanlarda girişimciliğe destek verebileceği saptandıktan sonra, hepsini bir şemsiye örgüt altında toplayabilmek mümkündür. Bu ana örgüt, kadınların geleneksel olmayan alanlarda girişimci olmalarına yardım etmek amacıyla geniş kapsamlı bir program ve planlamayla örgütler arası işbirliği ve koordinasyonu sağlayabilir [Ecevit, 1993].

Bu alternatiflerin yanı sıra, bugüne dek yeni oluşumlardan doğan ihtiyaçlara yeni birimlerle cevap veren Devlet Planlama Teşkilatı'nın kadın girişimciliği konusunu da kapsayacak biçimde bir "Kadın İstihdamı" birimi veya alt birimi oluşturması, bu konuda atılacak en olumlu adımlardan biri olacaktır [Ecevit, 1993].

Kadın girişimciliğini, Türkiye'de kadın istihdamı gibi daha geniş bir konunun özel bir parçasıdır. Ecevit bu nedenle, bu alanda üretilecek düşüncelerin, konulacak hedeflerin ve geliştirilecek politikaların, kadın işgücünün istihdamına ilişkin genel politikalara ters düşmemesi gerektiği düşüncesindedir [Ecevit, 1993].

Kadın işgücünün istihdamına yönelik politika saptamada ise nihai hedef, Türkiye'de atıl ve marjinal kalmış kadın emeğinin, piyasa karşılığı bulacak şekilde değerlendirilmesi, bu piyasanın düzenli ve kalıcı bir ögesi olması ve ekonomik hayatta gerçek değeriyle yerini almasıdır. Bu nedenle, kadın girişimciliğini özendirme ve yaygınlaştırma girişimleri, bu nihai amaca yönelik olarak yapılmalı ve uzun vadeli sonuçları hesaplanarak oluşturulmalıdır. Bu yapılamadığı takdirde, iş piyasasının birçok alanında marjinaliği kanıtlanmış kadın iş gücünün yeni bir alanda da bu konuma düşmesinin önüne geçilemeyecektir [Ecevit, 1992].

2.6.5. Dünyadaki kadın girişimcilerle, Türkiye'deki girişimcilerin karşılaştırılması

Avrupalı kadınların girişimci olma sürecine bakıldığında, Macaristan'da sosyalist dönemde çalışan kadınların oranı %90'dır. Sistemin çökmesinden sonra iş alanlarının azalması nedeniyle bu oran %50'ye düşmüştür. İşsiz kalan kadınlar çaresizlikten girişimci olmuşlardır. Şu anda Macaristan'daki girişimcilerin %40'ı kadındır. Avrupa'da kuzeyden güneye doğru zor şartlar yüzünden kadın girişimci sayısı artmaktadır [Benmayor, Gila, Hürriyet, www.eurozaman.com].

Günümüzde Türkiye şartlarına baktığımızda da pek çok kadın girişimci, yaşanan krizlerin ardından ailesine ekonomik anlamda bir şeyler kazandırmak ve ekonomik özgürlüğünü eline almak adına girişimci olmaya karar vermiştir. Bu kadın girişimcilerin çoğunun daha önceden çalışma hayatları olmamıştır. Girişimci olabilmek için toplumsal gelenekleri ve yaptırımları da göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

2.7. Avrupa'daki Türk Kadın Girişimciler

Halime Karademirli, Berlin Türk Musikisi Özel Konservatuvarı'nın sahibi ve yöneticisidir. Berlin'de Türklerin yoğun olarak yaşadığı Kreuzberg'deki konservatuar beşinci yılını doldurmuştur. Müfredatı ise İstanbul Konservatuvarı ile aynıdır ve 300 öğrenciye klasik halk musikisi eğitimi verilmektedir. Bağlama, ud, kanun gibi enstrümanlar öğretilmektedir. Öğrenciler arasında bu çalgıları öğrenmek isteyen Almanlar ve Amerikalılar da vardır. Konservatuarda Türkiye'den gelen hocalarla birlikte 16 hoca eğitim vermektedir.

Halime Hanım hiç kimseden destek görmeden burayı açtıklarını söylemektedir. Çeşitli zorluklarla karşılaşmışlardır, şu anda diplomaları Almanya'da tanınmamaktadır. Ancak Halime Hanım konservatuarın tanınmasını sağladıktan sonra üniversite ardından da Avrupa'da başka konservatuarlar açmak istemektedir.

Almanya'daki bir başka kadın girişimci ise Şaziye Kaplan'dır. İş hayatına Berlin'de pazarlarda eşiyle birlikte zeytin, peynir satarak başlamışlardır. Pazarcılıktan kazandıkları parayla döner büfesi açma fikri Şaziye Hanım'dan çıkmıştır. Berlin duvarının yıkılmasından sonra Doğu Almanlara döneri tanıtmışlardır. İşleri iyi gittikten sonra 6 yıl içinde de döner imalathanesi açmışlardır. Günde 3 ton üretim yapan döner imalathanesi 3 yıl önce Berlin'in batı tarafına taşınmıştır.

Şaziye Kaplan şu anda fabrikanın tüm işleriyle ilgilidir aynı zamanda iki lokantasının da başındadır ve Avrupa'nın her ülkesine döner satmaktadır.

Almanya'da yaşayan bir başka kadın girişimci de Derya Wrobel'dir. Berlin'e pedagoji ve tiyatro eğitimi için gitmiştir ancak hukuk fakültesini bitirmiştir. Şu anda ise yaşlı yabancıları koruyan bir derneğin üst düzey yöneticisi konumundadır [Benmayor, Gila, Hürriyet, www.eurozaman.com].

BÖLÜM 3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada Adapazarı ve Kocaeli çevresindeki kadın girişimciler incelenmiş ve kadın girişimcilere yönelik farklılıklar ve ayrıntılar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma, Adapazarı ve Kocaeli çevresinde faaliyet gösteren 25 kadın girişimci ile görüşülerek beş aylık bir sürede gerçekleştirilmiştir. Deneklerin her sektörden seçilmesine özen gösterilse de kadın girişimcilerin hizmet sektöründe faaliyet göstermeleri araştırmanın kısıtlarındandır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma kalitatif bir nitelik taşımaktadır, gerekli verilerin elde edilebilmesi için Adapazarı ve Kocaeli çevresindeki kadın girişimciler üzerinde yaşam tarihleri analizi için yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Araştırma nitel araştırma teknikleri içerisinde yaşam tarihleri analizinde kullanılan mülakat formu (Ek 1) 25 kadın girişimci üzerinde uygulanmıştır.

Hayat hikayeleri yöntemi ile, kişi, öncelikle kendi yaşam deneyimlerinin tamamında sonra da, içinde bulunduğu sosyal tarih çevresinde değerlendirilmeye çalışılmıştır [Erdoğan, 2003].

Yaşam tarihleri yönteminde uygulanabilecek 2 tür döküm vardır. Birincisi, otobiyografiler ve günlükler gibi yazılı materyaller; ikincisi de derinlemesine mülakatlarla toplanmış bilgilerdir [Jones, 1983].

Bir kişinin doğumundan, karşılaştığımız ana kadarki yaşamını en iyi inceleme imkanı veren kaynaklardan biri otobiyografiler, kişinin gelişmesindeki aşamaları ve kritik dönemleri anlama imkanı verir. Otobiyografiler, kişilerin geçmiş başarı ve başarısızlıkları, gelecekteki umut ve korkuları hakkında bilgi sağlamaktadır. Ayrıca kişiyi zamanının tarihi ile ilişkilendirerek, değişik dini, sosyal, psikolojik ve ekonomik hareketlerden kişinin nasıl etkilendiğini anlamaya yardımcı olmaktadır [Faraday&Plummer, s.777].

Yaşam tarihi yönteminde kullanıldığı gibi, değişmesi zor olan özellikler (Güdüler, kişilik) ile görünür ve değişebilir özellikler (Kabiliyetler, yetkinlikler, ilişkiler) ele alınarak girişimci davranış potansiyeli (Başlamak, ısrar etmek, başarmak) incelenmeye çalışılmıştır [Bird, 1993].

Detaylı verilerin elde edildiği mülakatlar, içerik analizi yöntemi ile incelenerek değerlendirilmiştir [Holsti, 1969].

Araştırmada daha önce yayınlanmış olan Nur Ger'in biyografisine de yer verilmektedir. Görüşülen kadın girişimcilerin yaşam tarihleri incelenirken kadınların toplum yapısından kaynaklanan, toplumda kadın olmanın zorluklarına değinmeleri dikkat çekici özellikler arasındadır.

3.4. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmada nitel araştırma teknikleri içerisinde kullanılan metotlardan olan iz sürme [trace] yöntemi kullanılarak toplam 25 kadın girişimciye ulaşılmıştır. Burada öncelikle ATSO'dan başlayarak girişimcilik süreçleri hakkında bilgi sahibi olan kadın girişimciler belirlenmiştir. İlk kadın girişimciyle görüşüldükten sonra aynen iz sürmek gibi, o

girişimciden elde edilen bilgilerin ışığında diğer bir kadın girişimciye ulaşılarak mülakat listesi tamamlanmıştır. Bilgi alınan girişimciler, yaklaşık olarak aynı bilgileri vermeye başladığında, doyum noktasına ulaşılmış olduğu düşüncesi ile mülakatlara son verilmiştir. Her bir kadın girişimci ile ayrı ayrı ve yüz yüze derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

3.5. Avrupa'ya ihracat yapan kadın girişimci, NUR GER

Suteks'in sahibi Nur GER'in girişimciliğinin ardında girişimci bir annenin öyküsü vardır. Annesi Sevim Hanım şu anda 69 yaşındadır ve 26 yaşından beri çalışmaktadır. Sevim Hanım, Beyoğlu Kız Meslek Lisesi orta kısmından mezundur. Eşi ise Haydarpaşa Erkek Lisesi'nden terktir.

Sevim Hanım kızına hamileyken yaptığı bebek patiği ile girişimciliğe ilk adımı atmıştır. Bir bebek patiği ile başladığı işinde bir ay sonra yanında 100 kişi çalıştırmaya başlayarak İstanbul dışına sevkiyata başlamıştır. Kısa bir süre sonra da ihracat aşamasına gelmiştir. Eşi de yaptıklarını pazarlamıştır. Bu sayede iş verdiği pek çok kadının da para kazanmasını sağlamıştır.

Sevim Hanım'ın eşi Sevim Hanım'ı hep yüreklendiren ve daha fazla başarı kazanması için teşvik eden biri olmuştur. 1950'li yıllarda yaptığı bu teşvik Sevim Hanım'ı diğer kadınlar için "rol modeli" haline getirmiştir. 1960'lı yıllarda kadınlara çalışma şevkini aşılamıştır. şu anda çalışma hayatında aktif olarak bulunan Sevim Hanım yanında çalışanları evladı gibi görmektedir.

Kızı Nur Hanım 1986'da ilk işini kumadan önce hem üniversitede okuyup hem de çalışmıştır. Galatasaray Lisesi ve Boğaziçi Üniversitesi mezundur. Mastırını da Boğaziçi Üniversitesi'nde tamamlamıştır. Nur Hanım Üniversitenin ikinci sınıfından itibaren hem okuyup hem de çalışmıştır. Sekreterlik, simültane tercümanlık yaparak, İngilizce ve Fransızca dil dersleri vererek para kazanmış ve hayatı öğrenmiştir.

Mastır öğrencisi olduğu dönemde entegre konfeksiyon fabrikası projesinde çalışırken tekstile daha da merak salmıştır. Bir buçuk yıl çalıştığı bu projeden sonra mastırını bitirince firmada satış müdürüresi olarak kalmıştır.

Üniversite yıllarında bir hocasının “döviz getirici sektörde çalışın” sözü kendisini çok etkilemiştir. 1979 yılında henüz mastır öğrencisi iken çalıştığı firmaya gelen bir talep ile ‘fiğ’ yani hayvan yemi ihracatçısı olmaya karar vermiştir. Bu işe bütün emeğini koymuş ve riski göze almıştır. O tarihlerde İspanya’dan 2000 ton fiğ talebinde bulunulmuştur. Tüm zorlukları aşarak ihracatı gerçekleştirmiştir. Bu Nur Hanım’ın ilk ve unutamadığı başarılarından biridir.

Sadece yurtdışı pazarı için üretim yapan bir firma olarak acilen yurtdışına çıkması gerektiğinde annesi işlerinde yardımcı olmuştur ve Sevim Hanım zamanla kalite kontrol bölümünün başına geçmiştir.

Bugün SUTEKS yurtdışına ihracat yapan, sadece Avrupa ile çalışan önemli bir tekstil firmasıdır. Pazar paylarını korumak için dürüst ve ilkeli ticaret yapmaktadırlar. Bu firmada başarıyı daha ileriye götürebilmek için başarı, yaratıcılık ve herkese fikir danışmak gerekmektedir. İşçisinden patronuna herkes işin büyümesi için kendini geliştirmektedir.

Ana-kız dayanışmasının en güzel örneklerinden biri olan SUTEKS firması birçok zorluğu aşarak ayakta kalmanın haklı gururunu yaşamaktadır [Sevindi, 2003].

3.6. Araştırmanın Bulguları

3.6.1 Marmara bölgesinde faaliyet gösteren girişimci kadınlarla yapılan mülakatlar

1. Refika CEYLAN, Ceylan Mefruşat, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Refika Hanım 1995 yılında fason olarak perde dikerek çalışmaya başlamıştır, bu şekilde bir süre alıştıktan sonra Refika Hanım’a güvenen bir arkadaşının

verdiği iki bilezikle bir overlok makinesi almıştır ve böylece Refika Hanım ilk işyerini açmıştır.

Refika Hanım'ı girişimci olmaya iten esas neden ekonomik anlamda özgür olma zorunluluğudur. Çünkü eşinden 1994 yılında ayrılmıştır ve üç çocuğunun velayetini kendi üzerine almıştır bu nedenle kendi ayakları üzerinde durması gerektiği için çalışmaya başlamıştır. Evlenmeden önce memuriyet hayatı olmuştur ancak evlendikten sonra eşi çalıştırmamıştır, boşandıktan sonra da kendi işini kurmaya karar vermiştir.

Girişimcilik Refika Hanım için ekonomik statüdür. Üç çocuğu olmasaydı da yine girişimci olabileceğini söylemektedir. Çünkü girişimci olmayı hayatının her döneminde düşünmüştür.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Refika Hanım'ın özellikle tekstil sektöründe yer almasının sebebi küçüklüğünden itibaren bebek elbiseleri dikmesi ve kendini bu sektöre yakın hissetmesi olmuştur.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Bu işe, üç adet yatak örtüsü dikip bir tanesini satıp kirayı ödemeyi, ikincisini satıp kendi aylık masrafını karşılamayı üçüncü yatak örtüsünü sattığında ise kendisine kar kalacağını düşünerek başlamıştır. İş yerini açtıktan 2 ay sonra müşteri talebi çok olmuştur ve makineleri aldığı kişi iki adet makineyi peşin ödemesiz göndermiştir.

Depreme kadar iş yeri oldukça iyi çalışmıştır ancak depremde üç makinesinden ikisini kaybetmiş ancak deprem kredisiyle, kooperatiften ve bankadan aldığı kredi ile atölye ve mağazasını yeniden kurarak çalışmaya başlamıştır.

Yanında çalışan kişileri bulmakta zorlanmamıştır, iş yerini ilk açtığında Kız Meslek Lisesi'nden üç kız öğrenciyi sadece yemek ihtiyaçlarını karşılayarak yanında çalıştırmıştır ve bu üç stajyerin Refika Hanım'a olan katkılarıyla iş yeri hareketlenmeye başlamıştır. Stajyerlerle çalışmaya başladıktan ancak bir ay sonra onların yol paralarını vermeye başlamıştır. Şu anda yanına 6 kişi geçici yani sadece yazları, 2 kişi ise daimi olarak çalışmaktadır. Bu iki işçiden biri tül diğeri yatak örtüsü dikiminde uzmandır ve

ikisi de lise mezunudur.

Rakiplerinden Farkı: Kendisini diğer rakiplerinden farklı olarak prensipli çalışan ve her müşteriye hitap edebilen kadın girişimci olarak tanımlamaktadır.

Depremden birkaç ay sonra dükkanın dışında sepette satışı ilk defa kendisi yapmaya başlamıştır ve diğer esnaflara da örnek olmuştur. Böylece önemli bir sermaye sağlamıştır.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı temel sorun, kadın olmasından dolayı bakış açılarının farklı olması ve bu yüzden kredi almak için karşılaştığı zorluklardır. Ancak tekstil sektöründe ve bunun bir kolu olan çeyiz işinde kadın olarak çalışmanın müşteriler açısından avantajlı olduğunu söylemektedir. Çünkü kadınların daha kolay beğendiğini ve iletişimin kadınlarla daha kolay kurulduğunu düşünmektedir. Ancak genel olarak kadınlara bakış açısının olumsuz olduğunu, müşterisi olduğu fabrikaların işe ilk etapta eşini sormakla başladıklarını daha sonra iki top ürün yerine sadece kadın olduğu için bir top ürün verdiklerini söylemektedir.

Gelecekle İlgili Planları: Depremden önce ihracat yapmayı düşünmüştür fakat şu anda oğlu Almanya'ya bir yıllığına dil eğitimine gideceği için orada da bir mağaza açmayı düşünmektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulduğu il dışında da olsaydı yine girişimci olabileceğini ve ailesinden hiçbir destek olmadığını sadece üç çocuğunun kendisine destek olduğunu söylemektedir.

Refika Hanım'a göre girişimcilik öğrenilebilen bir süreçtir. Kadınların çalışma hayatıyla birlikte hayatta daha çok mücadele ettiklerini, daha fazla güçlkle baş edebildiklerini ve daha başarılı olduklarını savunmaktadır.

Dul olması girişimci olan ruhunu bir kez daha harekete geçirmiştir. Çocukken sanata olan merakı babası tarafından engellenmiştir ancak şimdi kızını Güzel Sanatlar

Fakültesi'nde okutmaktadır, iki oğlu ise Spor Akademisi mezunudur.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Refika Hanım lise mezunudur. Dul ve 3 çocuk annesidir. 45 yaşındadır. Hayatı boyunca olaylara hep pozitif yaklaşmıştır. En önemli özelliklerinden biri de “önce müşteri tatmini sonra para” düşüncesini uygulamasıdır.

2. Nurten URAZ, “Interflora Çiçekçilik Doğu Marmara Bölge Temsilcisi”, Gözde Çiçekçilik, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Nurten Hanım eşi emekli olduktan sonra 1 Nisan 1992 yılında eşi ve iki çırak ile Gözde Çiçekçiliği açmıştır. Bu çiçek evini açma sebebi çok fazla maddi sıkıntısı olmasa da kendi parasını kendi kazanma, bir şeyleri başarabilme ve paraya yön verme isteğidir. Nurten Hanım'a çiçek evi ekonomik özgürlükten çok sosyal bir statü kazandırmıştır.

Eşiyle işyerini ilk açtıkları zaman Adapazarı'nın en iyi ustasını tutup, işi öğrenmek için onun yanında çırak gibi çalışmışlardır. Ancak burada gerçek girişimci Nurten Hanım'ın kendisidir. Çiçek evini açtıklarında, her hafta belli bölgelerdeki esnafa buket çiçek dağıtarak çiçek evini tanıtmıştır. Bu süreç iki yılını almıştır, iki yıl sonra tüm esnaf ve çevre halkı Gözde Çiçekçiliği tanımıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Çiçekçilik işine renklerin ve çiçek tanzimlerinin cazip gelmesiyle başlamıştır. Bu işe ilk başladığında bir buket sarmasını dahi bilmezken zaman içerisinde çok çalışmış ve çiçekçilik işini çok fazla benimsemiştir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finans ve yanlarında çalışan kişileri çiçek evini ilk açtıklarında bulmakta zorlanmamışlardır. Eşinin vefatından sonra halihazırda Nurten Hanım'ın yanında üniversite mezunu bir oğlu ve iki de çırak çalışmaktadır. Çırakların eğitim düzeyi ilkokul olmakla beraber Nurten Hanım'ı anneleri gibi görmektedirler.

Rakiplerinden Farkı: Nurten Hanım için dürüstlük, işini sevmek olmazsa olmazlardandır ve bu özellikleri de kendilerini rakiplerinden ayıran en önemli farklar olarak görmektedir. Ayrıca müşterisi olduğu kişilere çok fazla itimat sağlamaktadır ve ürünlerini almakta zorluk çekmemektedir. İzmit, İstanbul ve Yalova'dan peşin ödemesiz çok rahat alışveriş yapabilmektedir.

İşle İlgili Sorunları: Nurten Hanım'a göre bu sektördeki en büyük zorluk eğitilmiş insanların olmayışıdır. Şu anda bölge temsilcisidir ancak daha önce derneğin bu görevi teklif etmemesindeki sebebi her toplantıya katılamayabileceği düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Ancak Nurten Hanım kızı veya oğlu ile toplantılara katılabileceğini belirtince bölge temsilcisi olmaya aday gösterilmiş ve bölge temsilcisi olmuştur.

Nurten Hanım ilk yıllarda kadın olmanın dezavantajlarını, bölgedeki diğer çiçekçiler tarafından yadırganarak yaşamıştır, ancak kendini zaman içinde piyasada kanıtlamıştır.

Bu sektörde genellikle ilkokul mezunlarının olmasından dolayı zaman zaman anlaşılma zorluğu yaşamaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: Nurten Hanım'ın piyasadaki hedefi bir çiçek evinin gelebileceği en son noktaya gelmek ve uluslararası çiçekçilik olan Interflora Çiçekçilik Derneği'nde iki yıl sonra yönetimde olmaktır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Nurten Hanım Sakarya dışında da olsaydı yine girişimci olabileceğini söylemektedir. Bu işe evli olarak başlamıştır, şu anda dul olmasına rağmen bu durumu işine yansıtılmamaktadır. Bu nedenden dolayı herhangi bir zorluk yaşamamaktadır. Kadın olduğu için de kendini bu piyasada bir adım önde görmektedir.

Bu işte çalışmaya başladığından beri eşinden ve çocuklarından sürekli destek almıştır ve çocuklarından halihazırda destek almaya devam etmektedir. Kendi ailesinde hiç girişimci yoktur.

Aile ve iş yaşamı arasında hiç sıkıntı çekmemiştir, eşi ve çocukları kendisine oldukça destek olmuştur. Girişimcilik Nurten Hanım için öğrenilebilen bir süreçtir, çünkü bu işe girdiğinde işin püf noktaları ile ilgili herhangi bir şey bilmezken şu anda kendisini diğer çiçekçilerden bilgi ve tecrübe anlamında daha farklı görmektedir.

Nurten Hanım'a göre kadınların çalışma hayatından uzak tutulma nedenleri eğitimsizlik ve çevre baskısıdır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: İlkokul mezunudur ancak kendini bu sektörde yetiştirmiştir. Evli ve 3 çocuk annesidir. 49 yaşındadır.

3. İffet HACİEYÜPOĞLU, Gülümse Yemek, Sakarya/Sapanca

Kuruluş Aşaması: İffet Hanım Eylül 2003'te Gülümse Yemek Ltd. Şti.'yi kurmuştur. Bu işe girmeden önce eşinin sahibi olduğu otobüs firmasında çalışmıştır. Ancak Adapazarı'nda ve bu sektörde ilk kadın çalışan olmanın dezavantajlarını yaşamıştır. Zamanla kendisinde "Neden kendi işimi kurmuyorum?" düşüncesiyle birlikte, kişisel ve ekonomik özgürlüğe sahip olma isteği belirlemiştir. Eşinin de teşvik etmesiyle bu işe başlaması çok kolay olmuştur. Şu anda eşinin desteği ile daha da başarılı olduğunu düşünmektedir.

Hayatı boyunca sürekli aktif olmak ve bir şekilde çalışarak faydalı olmak yaşam tarzı haline gelmiştir. Dernek ve kulüplerde aktif olarak çalışmıştır. Gülümse yemek fabrikasını kurarken de ekonomik nedenlerden çok sosyal bir statü elde etme düşüncesi ağır basmıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Gıda sektöründe olması tamamen bir tesadüf neticesinde gerçekleşmiştir. Ancak bu iş yerini kurmadan önce de üretim sektöründe yer almayı düşünmüştür.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finans bulma konusunda zorlanmamıştır. Ailesinden hep destek aldığını, bunun yanında piyasada geçmişten gelen kendini kanıtlamış bir kişi olduğunu söylemektedir. Bu işe peşin para olmadan risk alarak başlamıştır. Daha önce piyasada kendini kanıtlaması bu işe daha rahat girebilmesini sağlamıştır. Gelecekte ise kazançlarını tekrar yatırıma dönüştürmeyi planlamaktadır.

İffet Hanım'ın yanında 9 kişi sigortalı olarak çalışmaktadır. 1 kişi ilkokul, 1 kişi ortaokul, 4 kişi lise mezunu ve 3 kişi de üniversite mezunu olmak üzere Gülümse Yemek firmasında istihdam etmektedirler. Bu personel ile firma 5-50 bin kişiye yemek çıkarabilme kapasitesine sahiptir. Personelin kendisine bakış açısının oldukça olumlu olduğunu söylemektedir. Bu durumu geçmişte çalıştığı işyerlerindeki tecrübelerine borçlu olduğunu söylemektedir.

Rakiplerinden Farkı: Gıda sektöründe çalışan bir insan olarak anne olmanın ve kadın olmanın avantajlı olduğunu, bu durumun da rakiplerinden farkını ortaya çıkardığını söylemektedir. Bunların yanında okulların mönülerini de hazırladığı için, çocuklara her yemek şirketinin yapmadığı, istikrarlı bir şekilde maksimum fayda sağlamayı amaçlamaktadır. Yemeğin görselliğinin ve tadının ön planda olması gerektiğini düşünmektedir, yeni tatlar yaratmak adına mutfakta zaman geçirmeyi sevmektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili genel olarak eğitilmiş insanların olması gerektiğine inanmaktadır. Gıda sektöründe çalışanlar genellikle usta-çırak ilişkisi içinde yetişmektedir, bu nedenle eğitilmiş insanları bulmakta güçlük çekmektedir.

Gelecekle ilgili Planları: Firma olarak 10 yıl sonra Türkiye geneline yayılmak, şubeler açmak ve herkes tarafından tanınan bir marka olmak istemektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: İffet Hanım bu il dışında bir ilde olsa dahi kesinlikle yine girişimci olacağını, söylemektedir. Evli ve 2 çocuklu olmasından dolayı oldukça zorluk çekmektedir ancak kendinden fedakarlık ederek, eşinden de destek alarak iş yaşantısı ile aile yaşantısını dengelemektedir.

İffet Hanım'ın büyük babaannesini, döneminin koşullarına göre tam bir girişimci olarak nitelendirmektedir, kendi özelliklerinin de büyük babaannesine oldukça benzediğini düşünmektedir. Kendi ailesinde girişimci olarak sadece büyük babaannesi bulunmaktadır, eşinin ailesinde ise eşinin babası ve eşi girişimcidir.

İş yaşantısında asla erkek olmaya özenmemektedir ve kadın olarak da var olunabileceğini savunmaktadır. İffet Hanım'a göre kadını kadın yapan özelliklerden dolayı kadın, iş ve aile yaşantısında daha başarılı olmaktadır. Kadınların daha anaç, duygusal, fedakar ve sorumluluk sahibi olduklarını düşünmektedir.

Girişimcilik İffet Hanım'a göre kesinlikle kişilik özelliğidir, öğrenilebilecek bir süreç değildir. Kendisini de girişimci ruha sahip bir kişi olarak tanımlamaktadır.

İffet Hanım'a göre kadınların çalışma hayatından uzak tutulmasının sebebi şehirleşme sürecinden kaynaklanmaktadır. Şehirleşme ile birlikte korku ve eğitimsizlik kadınların evden uzaklaşmalarının dolayısıyla iş hayatına katılamamalarının en önemli sebepleri arasındadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: İffet Hanım İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri mezunudur. Evli ve 2 çocuk annesidir. 1970 doğumludur.

Hayatı boyunca eğitiminin avantajlarını yaşamıştır. Bu sebeple her tür insanın dilinden rahatça anlayabildiğini düşünmektedir.

4. Bahar DÜNDAR, Bahar Kuaför, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Bahar Hanım 18 yıllık kuafördür ve 7 yıldır da girişimcidir. Girişimci olmayı kişisel özgürlük olarak nitelendirmektedir. Bu işe başlamasının esas nedeni sosyal statü elde etmektir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Bu mesleğe ilk adımı, bir tanıdıklarına yardım etmek amacı ile atmış, kendisinin bu meslekte başarılı olacağına inanmış daha sonra çıraklık ve kalfalık sürecinden geçmiştir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Çalıştırdığı iş yerini açarken finans bakımından çok zorlanmış, borç almış ve kredi kullanmıştır. Bahar Hanım'ın yanında 7 kişi çalışmaktadır, çalışanların hepsi şu anda meslek eğitimi almaktadırlar. Çalışanlar Bahar Hanım'a oldukça olumlu bakmakta ve onun bu işe yakıştığını düşünmektedirler. Bahar Hanım da kendi bilgi birikimini yanında çalışanlarla paylaştığını söylemektedir.

Rakiplerinden Farkı: Piyasadaki rakiplerinden farklı olarak kadın olmasının bir avantaj olduğunu, daha saygı gördüğünü söylemektedir ve kuaför salonunun dizaynından, müşteriye olan bakış açısına kadar diğer kuaförlerden bir adım daha önde olduğunu düşünmektedir ve her açıdan farklı olmayı sevmektedir.

İşle İlgili Sorunları: Bu sektörde karşılaştığı en önemli sorunun başında eğitim gelmektedir. Üniversitede bu konuda eğitim almış kişilerin bulunması gerektiğini düşünmektedir. Diğer meslektaşlarının bu mesleğe yenilik getirmemelerinden dolayı rahatsız olmaktadır. Bu nedenle kendi kendini bu sektörde rakip olarak görmektedir. İşle ilgili diğer bir zorluk da kadınları memnun etmenin güç olmasıdır.

Gelecekle İlgili Planları: 10 yıl sonraki hedefleri arasında marka olmak ve Türkiye genelinde şubeler açmak bulunmaktadır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bahar Hanım köyde dahi olsa yine girişimci olabileceğini ve girişimciliğin kesinlikle kişilik özelliği olduğunu söylemektedir. Bekar olmasını da işinde başarıyı yakalamak açısından önemli bir etken olarak görmektedir.

Bu işe başladığında abisi karşı çıkmıştır ancak bugün sonuna kadar destek olmaktadır. Abisi de erkek kuaförüdür.

Bahar Hanım'a göre kadınların iş yaşamından uzak tutulmaya çalışılmasının esas sebebi geleneklerdir yani toplumda kadının ikinci sınıf vatandaş olarak görülmesi ve arka plana atılmış olmasıdır.

Eğitimi, Medeni durumu ve Yaşı: Lise mezunudur. Bekar ve 1972 doğumludur. Kendini her zaman hırslı, çalışkan, kendi kendini aşmaya çalışan bir insan olarak nitelendirmektedir.

5. Hanımeli Unlu Mamuller, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Girişimci ruhuyla beraber, damak zevkine de çok güvendiği için bu işletmeyi 2002 yılının temmuz ayında kurmaya karar vermiştir.

İşletmesini ilk kurduğunda, mamulleri sadece kendisi evinde mini fırın ve ev fırınında yapıp dükkanında satmaya başlamış ancak bir süre sonra yaptıklarını yetiştirememiştir daha sonra satış yaptığı yer dışında kurduğu atölyede 3 kadınla birlikte çalışmaya başlamıştır.

Bu işletmenin sahibi kadın, girişimde bulunmasının esas nedenini kişisel özgürlük olarak görmektedir. Çünkü ekonomik anlamda, uzun yıllar Türkiye'nin farklı illerinde geleneksel el sanatları öğretmenliği yaptığı için bir sıkıntı çekmemiştir. İşletme kendisine daha çok sosyal bir statü kazandırmıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Bu sektörde yer almak istemesi Adapazarı'nda böyle bir işletme olmayışı ve eskiden beri yapmak istediği işin bu iş olmasından kaynaklanmaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: İşletmeyi kurarken kendi finansmanını kullanmış ve bir miktarda borç almıştır. Kurduktan on altı ay sonra da ikinci şubesini açmıştır. Bankalar bu nedenle kendisine kolaylık sağlamaktadır. Atölyeyi ilk açarken yanında çalışacak insanları bulmada güçlük çekmemiştir. Kendi yakınında bulunan

becerikli ev hanımları ile bu işe başlamıştır. Şu anda ise iki sanayi firmıyla çalışmaktadır. Yanında 8 kadın ve 2 erkek çalışan bulunmaktadır. 1 kadın ve 1 erkek usta başı lise, diğerleri ilkokul mezunudur. Çalışanların, kendisine olan bakış açılarının oldukça olumlu olduğunu ve özellikle kadın olduğu için saygı duyduklarını söylemektedir.

Rakiplerinden Farkı: Şu anda tamamıyla el yapımı unlu mamuller ürettikleri için kendisine rakip bir firma olmadığını söylemektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı en temel sorun ekonomik koşulların zor oluşudur. Çünkü yaptıkları işin bir sirkülasyonu vardır ve sürekli yapacakları mamullerin hammaddelerini temin etmek durumundadır, hammaddeleri aldığı her dönem fiyatların yükselmesi ekonomik anlamda zorluk yaşamasına sebep olmaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: Hedefi bu sektörde lider olmak ve nostaljik havası olan, iki katlı, ev yemeklerinin yapıldığı bir mekan açmaktır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulunduğu sektörde ve sosyal çevrede kadın girişimci olmanın zaman zaman avantajlarını zaman zaman da dezavantajlarını yaşamaktadır. Kadınlarla çalışmak, çoğunlukla onlara hitap etmek ve anlaşılmaq açısından bir problem yaratmamaktadır. Ancak alış veriş yaptığı tüccarların erkek olmasından dolayı zorluklar yaşamaktadır.

1999 yılından beri Adapazarı'nda yaşamaktadır ancak bu il dışında bir ilde yaşamış olsa bile aynı sektörde ve yine aynı işi yapacağını söylemektedir.

Evli bir kadın olarak bu işe başlamasının oldukça güç olacağını düşünmektedir. Ancak bu sektörde dul olmasını geç saatlere kadar çalışabilme imkanından dolayı avantaj olarak görmektedir.

Ailesinden manevi anlamda her zaman destek almaktadır ve bu yüzden kendisini takdir ettiklerini söylemektedir. Ancak ailesinde girişimci bulunmamaktadır. Kendi ailesinde

ilk ve tek girişimci kendisidir.

Aile ve iş yaşamı konusunda kadınların daha becerikli olduklarını ve kadınların akıllarıyla zekalarını bir araya getirdiklerinde başaramayacakları hiçbir iş olmadığını düşünmektedir.

Girişimcilik kendisine göre bir kişilik özelliğidir ancak bunu pekiştirmenin ve daha iyi boyutlara çıkarmanın kişinin kendi elinde olduğunu söylemektedir.

Genel olarak kadınların evde tutulmasının nedenini erkeklerin yetiştiriliş tarzına ve kadınların ikinci planda olması gerektiğine inanmış olmalarına bağlamaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Mimar Sinan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Geleneksel Türk El Sanatları Bölümü mezunudur ve Hollanda'da Felsefe eğitimi almıştır. Dul ve 1 çocuk annesidir. 39 yaşındadır.

Eğitiminden dolayı sosyal ilişkilerinin çok kuvvetli olduğunu söylemektedir. Ancak zaman zaman eğitim seviyesinin farklılığından kaynaklanan anlaşılammak gibi zorluklar yaşamaktadır.

6. Hülya KURAL, Pandora Özel Takı Tasarım ve Papatya Kız Öğrenci Yurdu, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Hülya Hanım Pandora takı tasarım mağazasını Ağustos 2003'te, kız öğrenci yurdunu ise Kasım 2002 de açmıştır. Her ikisinin de işletmeciliğini kendisi bizzat yapmaktadır.

Yurdu kurmasındaki amaç kişisel özgürlükle beraber kendi işinin sahibi olma düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Pandora takı tasarım mağazası ise ekonomik özgürlüğün yanında kendi el becerisini sergilemek ve hobi amaçlı kurmuş olduğu bir işletmedir.

Pandora takı tasarım mağazasını daha çok sosyal statü için açmıştır, bu sosyal statü beraberinde ekonomik statüyü de getirmiştir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Tasarım sektöründe yer almasının sebebi, daha önce çalışmış olduğu özel sektörde yöneticilik deneyimlerinin kendisini tatmin etmemiş olması, kabiliyetini ve kişisel özgürlüğünü takı tasarımında daha rahat ortaya koyabileceğine inanmasından kaynaklanmaktadır. Yurt işletme düşüncesi ise daha önce yaşamış olduğu yurt deneyimi ve insan ilişkilerinin iyi olmasından kaynaklanmaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Takı tasarım mağazasını açarken borç almış ve kendi kazandıklarıyla mağazasının finansmanını sağlamıştır. Bu sektörde yanında herhangi biri çalışmamaktadır, ancak kendisi Beymen'e takı tasarımı yapmaktadır. Yurdu kurarken ise sadece mekan ailesi tarafından karşılanmış diğer tüm masrafları kendisi karşılamıştır. Yurdu kardeşiyle birlikte işletmektedirler ancak gerçek işletmeci yine kendisidir. Gelecekteki finans konusunda ise kendisine güvendiği için her halükarda sıkıntı çekmeyeceğini düşünmektedir.

Hülya Hanım sadece kendisi takı tasarımlarını yapıp pazarlamaktadır. Çalıştığı büyük firmalar kendisine güvenmektedirler, yurtda yanında kalan kızların kendisini örnek aldıklarını ve ablaları gibi gördüklerini söylemektedir.

Rakiplerinden Farkı: Adapazarı'nda takı tasarımında işletme şeklinde rakibi yoktur. Yurtla ilgili ise kızların her türlü problemleriyle bire bir ilgilendiği ve aileleriyle sürekli iletişim içinde olduğu için kendini diğer rakiplerinden farklı görmektedir.

İşle İlgili Sorunları: Hülya Hanım takı tasarımlarını Adapazarı'nda pazarlayamamaktan, daha çok da tasarımlarının anlaşılmasından şikayet etmektedir. Ancak Beymen gibi büyük firmalarla çalışmak kendisini hem ekonomik anlamda hem de sosyal anlamda tatmin etmektedir. Kadınlarla çalışmanın özellikle de değişikliğe açık olmayan kadınlarla çalışmanın zor olduğunu söylemektedir. Yurtla ilgi karşılaştığı sorunlar ise çevrenin yurt anlayışını yeni yeni benimsemesinden kaynaklanmaktadır. Bu zorluk yurt tabelasını kaldırma durumuna kadar varmıştır.

Gelecekle İlgili Planları: Hedefleri arasında tasarımlarını daha rahat pazarlayabileceği yerlerde yaşamayı, Asya ülkelerinde takı konusunda araştırma yapmayı düşünmektedir.

Gelecekte yine Beymen ve diğer büyük firmalarla çalışmak, atölye kurmak, kendisini internet sayfasıyla dünyaya tanıtmak istemektedir. 10 yıl sonra Hülya Kural olarak takı tasarımında marka olmayı hedeflemektedir. Yurtla ilgili planları arasında, yurdu büyütmek ve daha çok öğrenciye hizmet vermek bulunmaktadır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Takı tasarım sektöründe iletişim kurduğu insanların çoğu kadın olduğu için kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır. Yurtda da aynı şekilde kız öğrenci yurdu olduğu için onları daha rahat anlamakta ve onlarla daha rahat iletişim kurabilmektedir. Ancak çevrenin kadınlara olan bakış açısından rahatsızlık duymaktadır.

Bulunduğu il dışında yaşamış olsa yine hiç düşünmeden girişimci olabileceğini söylemektedir. Adapazarlı'dır, iş ve okulu nedeniyle uzun yıllar şehir dışında yaşamıştır ve 2001 yılında Adapazarı'na gelebilmiştir. Bu şehrin girişimciliğini kısıtladığını düşünmektedir.

Bekar olmasının girişimciliğinde etken olmadığını düşünmektedir, evli olsa da yine girişimci ruhunu sergileyebileceğini söylemektedir.

Ailesinden ekonomik faktörlerin dışında destek almaktadır. Ailesinde babasının lastik bayiliği bulunmaktadır, şu anda da abisi bu işi devam ettirmektedir.

Aile ve iş yaşamı konusunda kadın-erkek ayrımı yapmamaktadır, herkesin kendi kabiliyetleri doğrultusunda iş yapabileceğine inanmaktadır.

Girişimciliğin kişisel özellik veya öğrenilebilen süreçten çok istek ile alakalı olduğunu düşünmektedir. Yani insanın istediği zaman yapamayacağı şeyin olmadığını düşünmektedir.

Kadınların zorla evde tutulmasının nedenini, erkeklerin yetiştiriliş tarzına ve bakış açılarına bağlamaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Eskişehir Üniversitesi, Klasik Arkeoloji mezunudur. Bekar ve 29 yaşındadır.

Eğitiminin, takı tasarımında yaratıcılığını arttırdığını ve tasarımlarında arkeolojik yapılardan esinlendiğini söylemektedir. Yurtdışı ise öğrencilik yıllarında yaptığı gözlemlerin kendisine büyük avantajlar sağladığını düşünmektedir.

7. Ayşegül EROL, Efe Giyim, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Ayşegül Hanım Efe Giyim Mağazası'nı Ocak 2004'te açmıştır, işletmeci kendisidir. Ayşegül Hanım'ı girişimci olmaya iten esas neden kendi iş yerinin sahibi olma isteğinden kaynaklanmaktadır. Ekonomik anlamda özgürlük ikinci planda gelmektedir.

Kendi başına bir şeyler başarabilme isteğiyle bu işe başlamıştır, başarabilme arzusu sosyal statüyü beraberinde getirmiştir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Bu sektörde yer almasının sebebi daha önce çalıştığı sektörün tekstil sektörü olması ve kendini bu işe yakın bulmasından kaynaklanmaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler : Bu işe tamamen borçsuz, kendi sermayesiyle başlamıştır ve işinin talep doğrultusunda kendi finansmanını karşılayacağını düşünmektedir. Gelecekte ise banka kredisi alarak iş yerini devam ettirmek istemektedir.

Yanlarında eşinin dışında bir kadın eleman çalışmaktadır. Yanında çalıştırdığı kişiyi işsizlik sebebiyle bulmakta zorlanmamıştır, eğitim durumu ilkökuldür.

Rakiplerinden Farkı: Markalı ürün kalitesinde ucuz fiyattan satış yaparak rakiplerinden ayrıldığını düşünmektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı temel sorun, işletmecilik mezunu dahi olsa böyle bir iş yeri açmak için çıraklık belgesine sahip olması gerekmektedir, bu nedenle kursa gitmesi gerekmiştir ve kursa gidenlerin hepsi erkek olduğu için ilk etapta yadırganmıştır. Bunun dışında kadın olmasından kaynaklanan bir sorun yaşamamıştır.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki yakın plan hedefleri arasında tek bir marka bayiliği almak ve başka bir mağazada bu markayı satarak işini büyütmektir. 10 yıl sonra ise kendi markasını yaratmak istemektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulunduğu sektör ve çevre kadınlara çok yabancı olmadığı için kadın olmanın zorluğunu yaşamamaktadır. İş anlamında da daha çok kadınlara hitap ettiği için kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır.

Ayşegül Hanım bulunduğu il dışında yaşamış olsaydı yine imkanlarını kullanarak girişimci olabileceğini söylemektedir.

Evliliği girişimci olmasındaki kararını olumlu yönde etkilemiştir. Girişimci olmaya ve riski paylaşmaya eşiyle birlikte karar vermiştir.

Ailesinden destek almaktadır. Babası girişimci olduğu için babasının kararları Ayşegül Hanım için oldukça önemlidir.

Aile ve iş yaşamı konusunda kadınların daha fedakar olması gerektiğini düşünmektedir. Kadının bir çok işi bir arada yürütmek zorunluluğu vardır. Ancak Ayşegül Hanım her ne kadar zor olsa da yorulmayı göze alarak iş ve aile yaşantısını bir arada yürütebileceğini söylemektedir.

Girişimciliği kişilik özelliği olarak tanımlamaktadır ve herkesin girişimciliği başarabileceğini düşünmemektedir.

Evde ve çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışılan kadınların üzerinde erkek hakimiyeti olduğunu söylemektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Sakarya Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu İşletmecilik mezunudur. Evli ve 1 çocuk annesidir. 25 yaşındadır. Eğitimi işletmecilik üzerine olduğu için fiyat analizlerini ve kar planlarını kendisi yapmaktadır. Kendi muhasebesini kendisi tuttuğu için denetim ve planlarını rahatlıkla yaparak geleceğe daha rahat yön verebilmektedir.

8. Hatice YAZ, Carmen Çeyiz Evi Sahibi, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Hatice Hanım iş hayatına 20 yıl önce resim öğretmeninin teşvikiyle küçük bir atölyede çalışarak başlamıştır. Carmen Çeyiz mağazasını 15 yıl önce, Carmen tül perde ve mefruşat mağazasını ise 2 yıl önce açmıştır.

Carmen Çeyiz Mağazası'nı kurmasındaki ilk neden kendini işinin sahibi olma düşüncesidir daha sonra ekonomik nedenlerle iş yeri açmaya karar vermiştir.

Bu işe başlarken başarılı olma isteği girişimci ruhu ile birleşince ortaya Carmen Çeyiz mağazası çıkmıştır. Başarılı çalışmalar ve müşteri memnuniyeti sosyal statünün oluşmasına sebep olmuştur. Ekonomik statü ikinci planda gelmektedir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Bu sektörde kendi mesleği ve el becerisi olduğu için, daha da önemlisi işini zevkle yapığı için bulunmaktadır. Kendi dalında da iddialı olduğunu söylemektedir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finansı tamamen kendi karşılamıştır, yanında çalışan kişileri bulmakta zorluk çekmemiştir, genellikle meslek eğitimi almış kızları yanında çalıştırmaktadır. Ayrıca işinde başarılı kişilerle çalışmak da tercih sebebidir.

Atölyesinde 8 kişi çalışmaktadır. Ayrıca evlere fason olarak iş verdiği 10-12 kişilik gruplar da vardır. Atölyesinde çalışan kişiler lise mezunudur ancak fason olarak iş verdiği kişilerin arasında ilkokul mezunu da bulunmaktadır. Yanında çalışan kişilerin kendisini örnek aldıklarını ve kendi izinden gittiklerini söylemektedir.

Rakiplerinden Farkı: Piyasada şu anda kendine rakip görememekte ve rekabet etmemektedir. Bunu da kaliteden ödün vermemesi, yenilikleri sürekli takip etmesi ve yaptığı işlerin bir ikincisinin olmaması gibi sebeplere bağlamaktadır. İşinin garantisi ise müşterisinin beğenmediği ürünü geri almasıdır.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı temel sorun malzeme bulmaktır. Malzemede kaliteyi ve farkı aradığı için zorluk yaşamaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: Şu anda Türkiye'nin farklı yerlerine işler yapabilmektedir ve kendi ismi marka haline gelmiştir. Piyasadaki hedefi, birkaç katlı binada, üst katında hoş bir restoranı olan, her reyonunda farklı nitelikte işlerin sergilendiği bir mağaza açmaktır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Yaptığı işten dolayı kadın olduğu için avantaj yaşamaktadır. Çünkü kadınlar burada yapılan ürünleri başka yerde bulamadıkları ve sıra dışı ürünlerle karşılaştıkları için yaptıklarını müşterilere beğendirmenin de zor olmadığını düşünmektedir.

Başka bir ilde yaşamasının girişimciliğini engellemeyeceğini ve yine aynı işi yapabileceğini söylemektedir.

Bekar olmasının kararlarını daha rahat almasında avantaj yarattığını ancak evli olsa da işini yine yapabileceğini söylemektedir.

Ailesinden maddi olarak destek almamıştır, ancak manevi anlamda kendisini hep desteklemişlerdir. Küçük bir dükkanla bu işe başlamıştır ve kazandıkça işini devam ettirmiştir. Babası ve abisi birlikte çalışmaktadırlar. Her ikisi de girişimcidir.

Aile ve iş yaşamı uyumunda kadınların erkeklere göre çok daha kabiliyetli olduklarını düşünmektedir.

Girişimciliğin tamamıyla kişilik özelliği olduğunu sonradan öğrenilerek yapılabilecek bir iş olmadığını söylemektedir. Kendi kişilik yapısında da girişimciliğin olduğunu söylemektedir.

Çalışma hayatında uzak tutulmaya çalışılan kadınların bu sorununu tamamıyla kadınların kişilik özelliklerine ve isteksizliklerine bağlamaktadır. Her kadının istediği takdirde çalışabileceğini düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Kız Meslek Lisesi Resim Bölümü mezunudur. Bekar ve 41 yaşındadır.

Eğitimi bu sektörde çok büyük avantaj sağlamaktadır. Çünkü yaptığı iş el becerisi ve eğitimi olmayı gerektirmektedir.

9. Tülay ÇAKIRLAR, Tülay İç Giyim, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Tülay Hanım mağazasını Ocak 2004'te açmıştır. Daha önceleri özel bir okulda öğretmenlik yapmıştır ve bir ortağı ile beraber spor akademisine öğrenci yetiştiren kurs açmıştır.

Tülay Hanım'ı girişimci olmaya iten esas sebep kişisel ve ekonomik bağımsızlığını elde etme düşüncesidir.

Girişimci olmaya bir şeyleri başarma isteği ile başlamış bu durum sosyal statüyü beraberinde getirmiştir

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: İç giyim sektöründe yer almasının sebebi kadınları daha iyi anlayabilmesi ve onlarla daha rahat iletişim kurabilmesidir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: İş yerini tamamen kendi finansmanı ile açmıştır ve geleceğe yönelik esnaf kredisi çekmeyi düşünmektedir. Yanında şu anda kimse çalışmamaktadır ancak öğretmenlik mesleğine geri döndüğünde de ticaret hayatına da devam edeceği için yardımcı almayı düşünmektedir.

Rakiplerinden Farkı: Kaliteli ürünleri fazla kar marjı koymadan ucuza satarak diğer rakiplerinden ayrıldığını söylemektedir.

İşle İlgili Sorunları: Kadın olarak gerek müşterilerinden dolayı gerekse müşterisi olduğu firmalar açısından sorun yaşamamaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki hedefi, kendini kanıtlamak, isim yapmak ve daha uzun vadedeki hedefi ise bir iç çamaşırı firmasının bayiliğini almaktır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Kadınlara hitap etmesinden ve kendisinin de kadın olmasından dolayı bulunduğu sektörde ve çevrede avantaj yaşamaktadır.

Girişimcilik konusunda kendisine göre her hangi bir mekan kısıtlaması olmadığını söylemektedir. Türkiye'nin herhangi bir yerinde de yine girişimci olabileceğini söylemektedir.

Evli olması girişimcilik konusunda daha kesin karar almasını sağlamıştır ancak mücadele etmesini gerektirmiştir, eşi çok fazla karşı çıkmamıştır.

Ailesinden destek almaktadır. Çalıştığı için 1,5 yaşındaki oğluna annesi bakmaktadır. Ailesinde babası erkek berberidir, kardeşinin ise spor mağazası vardır.

Aile ve iş yaşamı uyumu konusunda kadının daha becerikli olduğunu ve çalışan kadının daha fedakar olması gerektiğini düşünmektedir. Tülay Hanım'a göre erkek, toplum genelinde taviz vermemekte, kadından ise evli olsa da tüm görevlerini eksiksiz yapmasını istemektedir.

Girişimciliğin, kesinlikle kişilik özelliği olduğunu, sonradan öğrenilerek yapılamayacağını söylemektedir.

Bu iş yerini açmadan önce özel bir okulda beden eğitimi öğretmenliği yapmıştır. Kadınların üretimden uzak tutulmasının sebebini ise erkeğin kendisini kadından daha üstün görme isteğine bağlamaktadır. Erkeğin kadını kendisine bağımlı yaptığını düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Sakarya Üniversitesi Spor Akademisi mezunudur. Evli ve 1 çocuk annesidir. 27 yaşındadır.

Eğitimi esnasında çok fazla insan tanıdığı için eğitiminin insanlarla iletişim kurmada kolaylık sağladığını düşünmektedir.

10. Tekstil Mağazası Sahibi, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Girişimci olmaya karar vermesi 1999 depreminden sonra olmuştur. Girişimci ruhu, kişisel özgürlük elde etme isteği ve ekonomik nedenler bir araya gelince girişimci olmaya karar vermesi zor olmamıştır.

Mağazasını 2001 yılında açtığı anda ekonomik statü kazanma fikri zamanla yerini sosyal statü kazanma fikrine bırakmıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Tekstil sektöründe yer almasının sebebi, babasının ve eşinin bu sektörde olması ve sektörü tanimasından kaynaklanmaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Eşi ile birlikte ortak sermaye ve peşin ödemesiz mal devir daimi usulü ile bu işe başlamışlardır. Gelecekte finans açısından net bir şey söyleyememektedir. Şu anda yanında kimse çalıştırmamaktadır.

Rakiplerinden Farkı: Diğer rakiplerinden farklı olarak uygun ve kaliteli satış yaptığını ve müşteriye olan ilgisinin farklı olduğunu söylemektedir.

İşle İlgili Sorunları: İş ile ilgili karşılaştığı temel sorunların başında, tekstil sektöründe çok fazla alternatifin olması, her zevke hitap edebilme gücü gelmektedir.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki hedefleri, merkezi yerde daha büyük bir mağaza açmak ve daha ileride de tek bir firmanın bayiliğini almaktır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulduğu sektörde kadınlara hitap ettiği için kadın olmanın avantajlı olduğunu düşünmektedir. Müşterisi olduğu firmalarla da bir problem yaşamamaktadır. Sakarya dışında bir ilde yaşıyor olsa yine girişimci olabileceğini söylemektedir.

Evli olması girişimci olmasındaki kararını olumlu yönde etkilemiştir. Eşinin de teşvikinin girişimci olmasında büyük payı vardır.

Ailesinden her zaman destek almaktadır ve babası da tekstil sektöründe girişimcidir.

Çalışan kadınların erkeklerden daha fazla iş yükü taşıdıkları için sorumluluk sahibi olduğunu ve işlerini daha iyi yaptıklarını düşünmektedir.

Girişimciliğin bir kişilik özelliği olduğunu ancak öğrenilerek de yapılabileceğini söylemektedir.

Kendisine göre kadınlar toplum tarafından destek görmeyip zora koşuldukları için çalıştırılmamaktadır. Bunun temel sebebini de eğitimsizliğe bağlamaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Lise mezunudur. Evli ve 1 çocuk annesidir. 36 yaşındadır.

Çalıştığı sektörde çok fazla eğitilmiş insan olmadığı için eğitiminin avantajlarını yaşamaktadır. Her tür insanın dilinden anlayabilmekte ve onlara uyum sağlayabilmektedir.

11. Zehra GÖK, Gökkuşuğu Çocuk Evi, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: 1993 yılında muhasebe bürosu açmıştır, 1994 yılında anne olduğu için ara vermiştir daha sonra 1997 yılında Yıva Turizm ve Seyahat acentasını kurmuştur ve depreme kadar devam etmiştir. 1999 yılında bu acentayı devretmiştir.

Zehra Hanım, Gökkuşuğu Çocuk Evi'ni Şubat 2001 yılında faaliyete geçirmiştir. Kendisini girişimci olmaya iten esas neden sosyal ve ekonomik yönden özgür olma düşüncesidir. Bu fikri "Neden kendi işimi kurmuyorum?" düşüncesiyle birleştirmiştir.

Zehra Hanım 18 yaşından itibaren sürekli çalışma hayatının içindedir. Liseyi bitirdikten sonra mali müşavir olan abisinin yanında çalışmıştır, iki sene sonra üniversiteyi kazanıp Ankara'ya gitmiştir ve burada da fotoğrafçılık yaparak kendi geçimini sağlamıştır.

Evlilik öncesinde ekonomik problemler yaşamamıştır, evlendikten sonra yaşam mücadelesi ve ekonomik sebeplerle girişimci olmaya karar vermiştir. Bu durumda sosyal ve ekonomik nedenler ağır basmıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Bu sektörde yer almaya karar vermesi öncelikle kendi ihtiyacından kaynaklanmıştır. Kendisi oğlunu bıraktığı kreşlerden memnun kalmadığı için bu sektöre girmiş ve en iyisi olmaya karar vermiştir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Kreşi eşi finanse etmiştir ve yanında çalışan kişileri bulmakta çok zorlanmıştır. Çalışacağı kişileri deneyerek şu anda yanında çalışan personeline ulaşabilmiştir. Gelecekteki finans kaynağı da verdiği hizmetin getirisi olan velilerdir.

Yanında 4 öğretmen çalışmaktadır ve hepsi kız meslek lisesi çocuk gelişimi mezunudur. Çalışanların kendisine bakış açıları ise bu sektörde oldukça olumludur.

Rakiplerinden Farkı: Rakiplerinden farklarını kaliteli elemanlarla birlikte çocuklarla ve velilerle iyi iletişim kurabilmeleri olarak belirtmektedir. Veliler gerek maddi gerekse yer değişikliği yüzünden çocuklarını kreşten almak zorunda kaldıklarında ağlayarak çocuklarının kaydını aldıklarını söylemektedir. Şu anda eski öğrencilerinin kardeşleri de bu kreşe devam etmektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı temel sorun insanların bilinç düzeyleridir. İnsanların çocuklarına iyi örnek olamadığından şikayetçidir. Eğitimden önce ailelerin ekonomik koşulları ön planda tutmaları kendisinin karşılaştığı en büyük sorunlardandır. Mesleğinin bu sektörle ilgili olmamasından dolayı sorumlu müdür bulundurma zorunluluğu olduğu için sıkıntısı çekmiştir ve bu sıkıntısını da bulduğu sorumlu müdürle telafi etmiştir.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki hedefleri arasında öncelikle bu sektörde ayakta durabilmek gelmektedir. 10 yıl sonra ise kolej açmayı planlamaktadır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bu sektörde ve sosyal çevrede kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır. Ancak daha önce çalıştığı muhasebe bürosunda ve turizm sektöründe kadın olmanın dezavantajlarını yaşamıştır.

Başka bir ilde yaşamış olsa yine girişimci olabileceğini söylemektedir.

Bekarken de girişimci olduğunu söylemektedir, ancak evli olması girişimci olmasına engel olmamıştır ve eşi kendisine her zaman destek olmuştur.

Kendi ailesinde herkes girişimcidir. Ailesinden ilk etapta bu sektörle ilgili tepki almıştır ancak şu anda destek olmaktadır. Eşinin ailesinde ise girişimci yoktur ve sadece eşi girişimcidir.

İş ve aile yaşamı uyumu konusunda kadınların daha kabiliyetli olduklarını düşünmektedir. Çalışan kadınların hem anne hem eş hem iş hem de ev kadını oldukları düşünülürse bu uyumu daha rahat yakaladıklarını söylemektedir.

Girişimciliğin kişilik özelliği olduğunu düşünmektedir. Ancak öğrenme sürecinin kişinin kendini geliştirmesine bağlı olduğunu söylemektedir.

Kadınların zorla evde tutulmasına kültürel eksiklik ve eğitim eksikliği olarak bakmaktadır. Bu durumu da toplumumuzun ataerkil bir yapıya sahip olmasına bağlamaktadır. Ancak imkan verildiği sürece her kadının başarılı olabileceğini ve kadınların çağa ayak uydurması gerektiğini düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Ankara Üniversitesi İktisat mezunudur. Evli ve iki çocuk annesidir. 1968 doğumludur. Eğitimi, işletmeci olmasında avantaj sağlamıştır.

Hayat felsefesi kendi ayakları üzerinde durmaktır ve yanındaki kişilere de bunu aşılamaktadır.

12. Fatma ERİŞ, Yemek Dünyası, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Fatma Hanım 5 yıldır bu sektördedir ancak 1 yıldır Yemek Dünyası'nın sahibi ve işletmecisi konumundadır. Bu işe başlaması eşinin gıda işinde çalışması ve bu konuda eşine destek vermek istemesi sebebiyle olmuştur.

Bu işe bir şeyleri başarma ihtiyacı ile başlamıştır ve kendisi için daha çok sosyal bir statüdür. Kendi işini büyütme düşüncesi ağır basmıştır. Ekonomik nedenlerle bu işe başlamamıştır.

Bu Sektörde Yer Alama Nedenleri: Depremden sonra eşinin lokantasında mutfakta çalışarak bu işe başlamıştır ve kendisine de yakın bulunduğu için bu işletmeyi kurmuştur.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finansı eşi ile birlikte sağlamışlardır. Yanında çalışan kişilerin bir kısmını eşinin bulunduğu lokantadan getirmiştir bir kısmını da işsizlik dolayısıyla bulmakta zorlanmamıştır. Gazete ilanıyla yanında çalışan kişileri bulmuştur. Gelecekte de burayı kendi kazandıklarıyla döndürmeyi düşünmektedir.

Yanında idari personelle beraber 30 kişi çalışmaktadır. Bu işin eğitimini almış 3 kişi vardır diğerleri ise ilkokul, ortaokul ve lise mezunudur. Çalışan ustalardan kendisine çok olumlu bakanlar olduğu gibi kadından emir almayı hazmedemeyip işten ayrılanlar da olmuştur.

Rakiplerinden Farkı: Kendisini diğer rakiplerden en başta kadın olduğu ve bu sektörde çalışan kadın az olduğu için farklı görmektedir. Ayrıca işinde titiz olması, yemeklerle, her türlü işle birebir ilgilenmesi, malzemelerin kaliteli olması ve en önemlisi yaptığı işi sevmesiyle rakiplerinden farklı olduğunu söylemektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı temel sorunların başında ekonomik faktörler gelmektedir. Yani finansman olduğu sürece işle ilgili problem yaşamamaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: Bu sektördeki hedefi 5000 kişiye yemek çıkarma kapasitesi olan tesisini daha da büyütmek ve halka açmaktır. Bunların dışında bu işletmesinin üst katını kadın ve çocuk sığınma evi yapmak ve onların her türlü ihtiyaçlarını karşılamak diğer hedefleri arasındadır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulduğu sektörde kadın olmasının avantajlarını yaşamakta ancak zaman zaman zorluklarla karşılaşmaktadır. Kadın olduğu için müşterileri kendisine olumlu yaklaşmaktadır.

Bulduğu il dışında bir yerde yaşıyor olsa yine girişimci olabileceğini, hiçbir şey yapamazsa tarımla ilgilenebileceğini söylemektedir.

Evliliği bu sektöre girmesinde çok önemli bir etken olmuştur. Çünkü eşi de aynı sektördedir. Çalışma hayatına başlamadan önce ekonomik anlamda zorluk

yaşamamasına rağmen eşini kaybetme durumunda “Nasıl yaşarım?” korkusuna kapılmıştır. Bu sebeple girişimci olmaya biraz daha yaklaşmıştır.

Kendi anne ve babasını küçük yaşta kaybetmiştir. Abisi ve ablası vardır ve manevi anlamda destek olmaktadır. Abisi çiftçilik yapmaktadır ablası ise ev hanımıdır. Eşinin ailesinden ise destek almamıştır.

Kadınların daha akıllı ve kabiliyetli olduklarını, olaylara daha farklı bakabildiklerini düşünmektedir. Tüm işleri bir arada yapma gerekliliği kendisini yormaktadır bu durumdan yakınmamaktadır.

Girişimciliğin kişilik özelliği olduğunu ancak zamanla da öğrenilebileceğini düşünmektedir. Bu işte kendi kendini yetiştirdiğini düşünmektedir.

Kadınların çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışılmasını, eşlerinin yetişme ortamına ve eğitimine bağlamaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: İlkokul mezunudur. Evli ve 3 çocuk annesidir. 39 yaşındadır.

Eğitiminin muhasebe bilgisi konusunda kendisini kısıtladığını söylemektedir ancak bu konuda kendisine yardımcı ve çok güvendiği kişilerin olması ve kendini sürekli geliştirmeye açık bir insan olarak tanımlaması eğitiminin dezavantajlarını avantaja çevirmesini sağlamaktadır.

13. İç Çamaşır Dikim Atölyesi Sahibi, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Avusturya'dan kesin dönüş yaptıktan sonra 1994 yılında bu sektöre girmiştir. Eşiyle birlikte işlerini ilk kurduklarında diktikleri ürünleri kendileri pazarlamışlardır ve bu konuda çok mücadele etmişlerdir. Daha sonra fason olarak dikmeye başladıklarında hem daha profesyonel çalışmaya başlamışlardır hem de müşteri bulma gibi sıkıntıları olmamıştır. Eşi 2001 yılında bu işi tamamen kendisine

brakmıştır ve bu tarihten itibaren de bir iç çamaşır firmasına fason olarak dikim yapmaktadır.

Girişimciliğe hem ekonomik faktörler hem de kendi işini kurma isteği ile başlamıştır. Başarma isteği ile birlikte zaman içinde yaptığı iş sosyal bir statü halini almıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Bir yıl Avusturya’da tekstil dikiminde çalıştığı ve eli yatkın olduğu için bu sektörü seçmiştir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Eşiyle birlikte bu işi kurmuşlardır. İşlerini ilk kurduklarında aynı anda dikmekte ve pazarlamakta oldukça zorlanmışlardır. Şu anda fason olarak dikim yaptığı için finans açısından zorlanmamaktadır. Gelecekte de fason olarak dikim yapmayı düşünmektedir.

Yanında çalışanları bulmakta zorlanmamıştır, ilanlarla ve tanıdıkları vasıtasıyla bulmuştur. Ancak işe ilk aldığı ve işi hiç bilmeyen kişilere bu işi öğretme aşamasında zorluk yaşamaktadır. Şu anda atölyede 6 kişi çalışmaktadır. Biri Açık Öğretim Fakültesi’nde okumaktadır diğerleri ise ev hanımı ve ortaokul mezunudur. Kendisinin kadın olmasından dolayı çalışanların burada kendilerini daha rahat hissettiklerini söylemektedir. Patron-işçi ilişkisinden çok abla-kardeş ilişkisi içinde işlerini yürüttüklerini söylemektedir.

Rakiplerinden Farkı: Adapazarı’nda bu şekilde çalışan olmadığı için rakibinin olmadığını söylemektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı temel sorun, ekonomik nedenlerden dolayı işlerin durgun olduğu zamanlarda atölyeyi kapatmak zorunda kalmalarıdır. Ayrıca işiyle ilgili tam bir eğitim almadığı için iş yerlerini ilk açtıklarında zorluklar yaşamıştır daha sonra fason olarak çalışmaya başlayınca daha bilinçli ve rahat çalışmıştır.

Gelecekle İlgili Planları: Bir firmaya bağlı çalıştığı için iş olduğu sürece çalışmayı düşünmektedir. 10 yıl sonra ise emekli olmayı hedeflemektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bu sektörde kadın olmanın, işe daha yatkın olma ve işi daha iyi bilme gibi avantajlarını yaşamaktadır. Dezavantajlarını ise işini kurduğu dönemde müşteri bulma da yaşamıştır.

Bu il dışında yaşamış olsa yine girişimci olacağını ve aynı işi yapacağını söylemektedir.

Eşine yardımcı olmak amacıyla bu işe başlamış ve daha sonra eşi tamamen işi kendisine bırakmıştır. Bu yüzden eşiyle beraber çalışmanın girişimci olmasındaki kararında avantajlarını yaşamıştır. Ancak çocuğunun küçük olmasından dolayı ilk zamanlar işe gelme konusunda zorluk çekmiştir. Eşinden destek almaktadır ve ailesinde kardeşleri memurdur sadece kendisi girişimcidir.

Aile ve iş yaşamı arasında karar verme açısından kadınların daha kabiliyetli, iş, ev ve aile arasında daha uyumlu olduklarını söylemektedir.

Girişimciliği ekonomik nedenlere bağlamaktadır ve zaman içinde öğrenilebilen bir süreç olduğunu düşünmektedir.

Kadınları evde tutanın erkekler olduğunu, bu durumun eğitimsizlikten ve aile yapısından kaynaklandığını söylemektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Ortaokul mezunudur. Evli ve 3 çocuk annesidir. 45 yaşındadır.

Çalıştığı firmanın güvenini kazanmış olmasını da işini sevmeye ve titiz çalışmaya bağlamaktadır.

14. Çeyiz ve Dikim Evi, Kocaeli

Kuruluş Aşaması: Girişimci kadın dikim evini 2002 yılında ekonomik özgürlüğünü kazanmak için Kocaeli-Yenikent'te faaliyete geçirmiştir. Kendi işini kurmasında

ekonomik faktörler etkili olmuştur. Ona göre girişimcilik, ekonomik bir statüdür. Hayat şartlarının zor olması ve kadınların ekonomik özgürlüğünü kazanma gerekliliği girişimciliğinin temellerini oluşturmuştur.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Tekstil sektöründe faaliyet göstermesinin nedeni bu konuda tecrübe sahibi olması, sektörün karlı ve kadınlara hitap ediyor olmasıdır. Daha önce kazanmış olduğu bilgi beceri ve tecrübeleri bu sektörde kendisine büyük avantaj sağlamaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finans kaynağı ve yanında çalışan kişiyi bulmakta zorlanmıştır. İşinin finansmanını kendi birikimleri sayesinde karşılamıştır. Şimdiden kazandıklarını küçük küçük yatırımlara dönüştürerek gelecekteki finans kaynaklarını belirlemeye başlamıştır.

Yanında çalışan kişiyi ise iş ilanı sayesinde bulmuştur. Çalışma hayatında çok titiz olduğu için eleman seçiminde zorluk yaşamıştır. Çünkü kendisi için işinde titiz olmak çok önemlidir. Bu sebeple yanında çalışacağı kişi de en az kendisi kadar duyarlı ve yetenekli olmak zorundadır. Şu anda yanında lise mezunu 1 kişi çalışmaktadır. Kendisine bakışı oldukça olumludur. İlişkilerini yerine göre patron-çalışan, yerine göre arkadaş ilişkisi içinde yürütmektedirler.

Rakiplerinden Farkı: Bu kadın girişimci diğer rakiplerinden farklı olarak kaliteye, itinaya ve hoşgörüye önem veren bir işletmecidir. Bu sebeple hem işini diğer rakiplerine göre daha iyi yaptığını hem de müşterilerle diyalogunun iyi olduğunu düşünmektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşletmesini kurduğundan beri işle ilgili bir sorun yaşamamıştır. Ancak işletmesini ilk kurarken sadece nakit sıkıntısı yaşamıştır.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki en büyük hedefi işletmesini her yönden büyütmek ve geliştirmektir. 10 yıl sonra bir atölye açmayı hedeflemektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Kadın olmanın bu sektörde avantajlarını yaşamaktadır. Müşterilerinin özellikle kadın işletmecileri tercih ettiklerini öne sürmektedir. Kadın olmanın bulunduğu sektörde ve çevrede hiçbir dezavantajını yaşamamaktadır.

Farklı bir ilde de yaşamış olsa kesinlikle yine girişimci olabileceğini söylemektedir. Çünkü kendisine ekonomik hayat şartları her zaman zor gelmiştir bu sebeple çalışmanın mutlaka gerekli olduğunu savunmaktadır.

Evli olması girişimci olmasını engellememiştir ve eşi tarafından desteklenmektedir. Bu durumu da eşinin kültür ve bilinç düzeyine bağlamaktadır.

Ailesinden maddi anlamda hiç destek almamaktadır ancak kendisini manevi anlamda desteklemektedirler. Ailesinde kendisinden başka işletmesi olan bir girişimci daha vardır.

Aile ve iş yaşamı uyumunda kadınların erkeklere göre daha kabiliyetli olduklarını söylemektedir. Çünkü kadınların erkeklere göre olaylar karşısında daha sakin ve yapıcı davrandıklarını düşünmektedir.

Girişimciliğin kişilik özelliği olduğuna inanmaktadır. Girişimciliği insanın içinde yeşeren bir ağaca benzetmektedir.

Türk erkeklerinin hegemonyası ve bilinçsizliğinden dolayı kadınların evde ve üretimden uzak tutulmaya çalışıldıklarını düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Lise mezunudur. Evli ve 2 çocuk annesidir. 40 yaşındadır.

Eğitimi, bilgi ve becerilerinin gelişmesine, insanlarla iyi diyaloglar kurabilmesine yardımcı olmaktadır. Eğitimi kendisine gerçek anlamda avantaj sağlamaktadır.

15. Opet Petrol Tic. Şti., Sakarya/Karasu

Kuruluş Aşaması: Opet'i 23.07.2001 tarihinde Sakarya'nın Karasu ilçesinde kurmuştur. Lisede okurken babasının vefatı üzerine maddi açıdan zor durumda kalmıştır. Okulunu bitirdikten sonra ailesinde kendisinden başka çalışacak biri olmadığı için inşaat malzemeleri üzerine babasının açtığı dükkanda çalışmaya başlamıştır. İş hayatında emin adımlarla ilerlemek ve tecrübe sahibi olmak istediği için kendini hazır hissettiği dönemde bu işletmeyi hizmete sunmuştur.

Kendisini girişimci olmaya iten sebeplerin başında ekonomik zorlukları aşabilme düşüncesi gelmektedir. Dolayısıyla girişimcilik kendisi için ekonomik statüdür.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: İnşaat malzemeleri ve petrol sektöründe hizmet vermektedir. Bu sektörde baba mesleğini devam ettirdiği için bulunmaktadır. İşini büyütüp Opet Petrol istasyonunu kurma sebebi biraz daha yüksek düzeyli hayat standardını yakalayabilmek içindir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Opet'i kurarken otuz yıllık birikimini harcamıştır. Yanında iki kardeşinin dışında 7 kişi çalışmaktadır. Çalışanları bulma konusunda zorluk yaşamamıştır. Daha çok yakın çevresindeki insanlarla çalışmayı uygun bulmuştur. Çalışanlardan 6 kişi lise mezunu 1 kişi ilkokul mezunudur. Çalışanlar ilk etapta kendisini despot biri gibi görmüşlerdir. Ancak birlikte çalıştıkça sevecen ve azimli bir insan olduğuna kanaat getirmişlerdir.

Rakiplerinden Farkı: Rakiplerinden en büyük farklarını, dürüst ve çalışkan insanlardan oluşan bir firma olarak gösterdiklerini ifade etmektedir. Ayrıca kendisinin bu sektörde 15 yılının geçmiş olmasını da büyük avantaj olarak görmektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili herhangi bir sorun yaşamamaktadır. Bunun sebebini de piyasada iyi iş yaparak güven kazanmayla sağladıklarını ifade etmektedir. Bu sektör de erkek egemenliği olduğu için yapılan toplantılarda pasif kalmaktadır. Bu sebeple zorluk yaşamaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: 10 yıl sonrası için işletmenin gelişme durumunu ilçenin gelişme grafiğine bağlamaktadır. Bulunduğu ilçe gelişirse diğer illere de şubeler açmayı düşünmektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Kendisi başka bir ilçede de yaşıyor olsa yine girişimci olabileceğini ifade etmektedir.

Bu sektörde bekar olmak kendisine avantaj sağlamaktadır. Evli olmuş olsa bu kadar azimli ve işine sadık çalışamayacağını, kadınların genelinin ailelerini işe tercih ettiklerini ifade etmektedir.

Ailesinden manevi anlamda destek almaktadır, ailesinde babasından ve kendisinden başka girişimci yoktur.

Kadınların, yaratıcı, yapıcı, düzenli ve sabırlı olmalarından dolayı başarıyı her alanda yakalayabildiklerine inanmaktadır.

Girişimcilik kendisine göre sonradan öğrenilen bir süreçtir ve doğuştan gelen tek özellik işlenmeyi bekleyen zekadır. İş yaşamında başarıyı da tecrübeli olmaya bağlamaktadır.

Kadınların üretimden uzak tutulmasını eğitimsizlik ve kültürel özelliklerin tam yerleşmemiş olmasına bağlamaktadır. Ayrıca erkeklerin kendilerini daima üstün gördüklerini ve eşlerinin başarılarını kaldıramadıklarını söylemektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Karasu Lisesi mezunudur. Bekar ve 46 yaşındadır. Eğitiminin bu sektörde herhangi bir dezavantajını yaşamamaktadır.

16. Cafe Sahibi, Sakarya/Karasu

Kuruluş Aşaması: Kadın girişimci 1999 yılında evlendikten sonra Karasu'ya yerleşmiştir. Kısa bir süre sonra daha önce radyoculuk deneyimi olduğu için önce

Karasu'da yerel radyo açmak istemiş ancak halkın başka ihtiyaçları olduğunu görünce bu fikirden vazgeçmiştir ve yine 1999 yılında aile kafesi açmaya karar vermiştir.

Kendisini girişimci olmaya iten esas neden, çalışma hayatının insana sağladığı tüm ekonomik ve sosyal getirilerin farkında olmasından kaynaklanmaktadır.

Girişimcilik kendisi için aynı zamanda sosyal bir statüdür. Evlenmeden önce ailesinin ekonomik problemi olmamasına rağmen kendi işini kurmayı tercih etmiştir. Toplumda saygınlık kazanmak istemektedir ve başka birinin maddi ve manevi gölgesinde kalmak istememektedir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Karasu'nun konum itibarıyla kapalı bir çevre olmasından dolayı hanımlara yönelik hiçbir eğlence mekanı olmadığı gözlemlenmiştir ve böyle bir işletme kurmaya karar vermiştir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Kendisi kafeyi açmaya karar verdiğinde finans açısından zorlanmamıştır, kendi birikimlerini değerlendirmiştir. Gelecekte de yine kendi birikimlerini değerlendirmek istemektedir. Ancak yanında çalışan kişileri bulmakta zorlanmıştır ve eşinin yardımıyla bu sorunu çözmüştür. Şu anda yanında 2 kadın çalışmaktadır. Biri lise mezunu diğeri ise açık öğretimde okumaktadır. Kendileri ile abla-kardeş ilişkisi içinde olduklarını kendisine kadın olduğu için çok olumlu baktıklarını söylemektedir.

Rakiplerinden Farkı: Karasu'da böyle bir cafe sahibi olan ilk kadın girişimcidir. Ev hanımlarının rahatça gelebildiği ve burada günlerini yapabildiği bir başka yer yoktur, bu sebeple Karasu'da rakibi de yoktur.

İşle İlgili Sorunları: İşinden kaynaklanan bir zorluk yaşamamaktadır. Küçük çocuğuna vakit ayıramadığı için zorluk yaşamaktadır.

Karasu'nun küçük bir yer olmasından dolayı kendini kabul ettirmek adına oldukça mücadele etmiştir.

Gelecekle İlgili Planları: En büyük hedefi Karasu'da radyo sahibi olmaktır. Birikimlerini bu yönde değerlendirmeyi düşünmektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulunduğu sektörde kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır. Ancak bulunduğu çevre açısından bir işletmeyi kadın olarak yönetmek dezavantajdır. Bu dezavantajı ortadan kaldırmak için kendisi bazı yönleriyle bölgeye uyum sağlamıştır.

Karasu sınırları dışında bir yerde yaşıyor olsa şartlar elverdiği sürece girişimci olabileceğini ifade etmektedir.

Evli yada bekar olmak girişimci olmasındaki kararlarını etkilememiştir. Ailesinden ve eşinden destek almaktadır. Kendi ailesinde çalışan herkes işletme sahibi girişimcidir.

Bir bireyin ailesine, işine ve yaşadığı çevreye uyum sağlamasında cinsiyetin etkisinin olmadığını düşünmektedir.

Girişimcilik kendisine göre sadece kişilik özelliği değildir aynı zamanda öğrenilebilen bir süreçtir. Girişimci ruhu olan bir insanın bu yönünü geliştirmesi ve değerlendirmesi gerektiğine inanmaktadır.

Evlenmeden önce de çalışma hayatı olmuştur. Kadınların çalışma hayatından uzak ve zorla evde tutulmasının sebebini eşlerinin tutumlarına bağlamaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Almanya doğumludur ve lisans eğitimini Almanya'da Radyo ve Televizyon üzerine yapmıştır. Evli ve 1 çocuk annesidir. 30 yaşındadır.

Evlenmeden önce arkadaşıyla ortak radyo işletmeciliği tecrübesi vardır. Ancak evlenip Karasu'ya yerleştikten sonra çalıştırabileceği bir radyo istasyonu bulamamıştır ve yine insanlarla iletişim içinde olmak için bu kafeyi açmıştır. Eğitimi insanlarla rahat iletişim kurabilmesini sağlamaktadır.

17. Cafe Sahibi, Kocaeli

Kuruluş Aşaması: 2003 yılında bu işletmeyi kurmuştur. Cafe sahibi kadını girişimci olmaya iten sebep kendi ekonomik özgürlüğünü kazanma isteğidir. Ona göre, ekonomik özgürlüğünü kazanan bir kadın kişisel özgürlüğünü de kazanmış demektir. Yani girişimcilik kendisi için hem ekonomik hem de kişisel özgürlüktür.

Girişimci olmasında ekonomik nedenler ağır bastığı için, girişimcilik kendisi için ekonomik statüdür.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Hizmet sektöründe faaliyet göstermesinin sebebi yemek yapmayı ve yaptıklarını paylaşmayı sevmesidir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finans kaynağı tamamen kendi birikimleridir. Gelecekteki finans kaynaklarını ise şimdiden yatırımlar yaparak belirlemeye çalışmaktadır. Şu anda çalıştırdığı mekan küçük olduğu için başka bir çalışana ihtiyaç duymamaktadır.

Rakiplerinden Farkı: Diğer rakiplerinden farkını temizliğe ve hijyene önem vererek ortaya koyduğunu söylemektedir. Çoğu işletmelerde bu hususlara dikkat edilmediğini belirtmektedir.

İşle İlgili Sorunları: İş ile ilgili bir sorun yaşamamaktadır ancak kalitesiz hizmet ve ürün sunan esnaflardan şikayetçidir.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki en büyük hedefi öncelikle işletmesinin devamını sağlamak daha sonra işletmesini büyütmek ve geliştirmektir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulduğu sektörde kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır. Müşterilerinin alış-veriş sırasında kendisine karşı daha nazik olduklarını söylemektedir. Kadın olmanın hiçbir dezavantajını yaşamamaktadır.

Bulunduğu il dışında bir yerde yaşıyor olsa yine girişimci olabileceğini ifade etmektedir.

Evli ve 1 çocuk annesi olmasından dolayı zaman zaman girişimci olup olmama konusunda kararsız kalmıştır. Eşinin de desteği ile girişimci olmaya karar vermiştir. Ailesinden destek almamaktadır. Eşi internet cafe sahibidir.

İş ve aile uyumu konusunda kadınların erkeklere göre daha kabiliyetli olduklarını savunmaktadır. Çünkü ona göre kadınlar daha sabırlı ve yapıcı, erkekler ise daha sabırsızdır. İşletmeciliğin de sabır isteyen bir iş olmasından dolayı kadınların işletmecilik konusunda daha başarılı olduklarını düşünmektedir.

Girişimciliğin kişilik özelliği olduğunu ve en fazla eğitimle desteklenip geliştirilebileceğini düşünmektedir.

Kadınların üretimden uzak tutulma sebebini erkeklerin baskıcı ve bilinçsiz davranışlarına bağlamaktadır. Erkeklerin kadınlar üzerinde egemenlik kurmaya çalıştığını, bu sebeple çalışmalarına izin vermediklerini söylemektedir. Bu olumsuzlukların eğitimle ortadan kalkabileceğine inanmaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Üniversitede okurken yarıda bırakmıştır. Evli ve 1 çocuk annesidir. 25 yaşındadır. Ancak eğitimi sayesinde insanlarla iyi diyaloglar kurmaktadır. Bu noktada eğitiminin avantajlarını yaşamaktadır.

18. Eczane Sahibi, Sakarya/Karasu

Kuruluş Aşaması: Eczacı kadın girişimci eczanesini 27.10.2000 tarihinde faaliyete geçirmiştir. Kendisini girişimci olmaya iten en önemli sebep ekonomik anlamda kişisel özgürlüğünü kazanma düşünceci olmuştur. Ona göre çalışma hayatı, özellikle kadınlara saygınlık ve mevki kazandırma anlamına gelmektedir. Özellikle Karasu gibi küçük bir yerde kadınların ekonomik özgürlüğünü kazanmasının çok önemli değişimler yatacağını

düşünmektedir. Bu sebeple hem kendi ayakları üzerinde durma hem de eğitiminin meyvelerini toplama isteği kendisini girişimci olmaya itmiştir.

Onun girişimci olmasını etkileyen diğer bir sebep de sosyal statü kazanma isteği olmuştur. Eczanesini açarken de sosyal ihtiyaçlarını karşılama para kazanma isteğinin önüne geçmiştir. Sosyalleşme isteği ve eğitimi ile insanlara faydalı olabilme düşüncesi ile girişimci olmaya karar vermiştir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Sağlık sektöründe hizmet vermektedir. Bu sektörde eczacılık eğitimi aldığı için yer almaktadır. Eczacılığı kadınlar için düzenli bir iş olarak düşündüğü için bu eğitimi almaya karar vermiştir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Ailesinin gelir düzeyi iyi olduğu için finans bulmakta zorlanmamıştır. Gelecekteki finans kaynağını işletmesinin devamlılığını sağladığı sürece elde edebileceğini düşünmektedir. Yanında çalışanları bulmakta da zorlanmamıştır. Çünkü geniş bir aileye sahip olduğu için yanında çalışanları yetiştirmek üzere akrabalarından seçmeyi uygun bulmuştur. Şu anda 4 kişi yanında çalışmaktadır. 2 kişi lise mezunu, 1 kişi İmam Hatip Lisesi mezunu diğeri de üniversite mezunudur. Aralarında çok iyi bir uyum olduğunu ifade etmektedir. Çalışanlar patronlarının ılımlı, sabırlı ve çoğu zaman da anlayışlı olduğunu söylemektedirler.

Rakiplerinden Farkı: Rakip eczanelere oranla daha çok tercih edilmesinin sebebi Karasu'da geniş bir aileye ve çevreye sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Çevre halkı birbirini tutmakta ve kendi insanının kazanmasını istemektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili karşılaştığı temel sorun tesettürlü olmasıdır. Bir ilaç Kooperatifine tesettürlü olduğu için üye olamamaktadır. Bu kooperatiften rahatlıkla ilaç temin edebilecekken tesettürlü olmasından dolayı ilaç temin edememektedir. Bunun dışında işle ilgili bir sorun yaşamamaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: Karasu'ya birkaç yıl sonra açılması düşünülen liman ile birlikte Karasu'nun gelişeceğini ve bu sayede satışlarının da olumlu yönde etkileneceğini düşünmektedir. Bu yüzden piyasadaki hedefleri arasında ekonomik açıdan büyümek ve iş yerinin sayısını arttırmak gelmektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulunduğu sektörde ve çevrede değer yargıları ve kadına bakış açısı konusunda bazı sorunlar yaşamaktadır. İnsanların “kadınlar ilaçtan ne anlar?” düşüncesini yıkmak istemektedir. Bu sorunu aşabilmek için de kadın eczacıların sayısının artmasını istemektedir.

Başka bir ilde yaşamış olsa girişimci olmaya daha rahat karar verebileceğini ifade etmektedir. Çünkü kültür farklılığının burada karşılaştığı sorunlardan daha büyüğünü karşısına çıkarmayacağını düşünmektedir.

Evli olması ilk başta çalışmaya başlarken sorumlulukları kaldırabilme adına sorun yaratmıştır ancak eşi de aynı mesleğe sahip olduğu için kendi işini kurması konusunda destek olmuştur.

Ailesinin isteği doğrultusunda eczacılık eğitimi aldığı için kendisine hala destek olmaktadır. Eşiyle meslektaş oldukları için kendisine destek olmaktadır. Ailesinde kendisinden başka girişimci yoktur.

Kadınların erkeklere göre iş ve aile hayatı uyumunda daha kabiliyetli olduklarını savunmaktadır. Kadınların erkeklere göre daha üretken ve ince fikirli olduklarını söylemektedir.

Girişimciliğin kişilik özelliğinin yanında zamanla kazanılan tecrübe gerektirdiğine inanmaktadır. Ama yine de kişisel özelliğın ağır bastığını ifade etmektedir. Çünkü ona göre girişimcilik bir işin yapılmasına önderlik etmeyi, insan ilişkileri konusunda beceri ve girişkenlik yeteneğine sahip olmayı gerektirmektedir. Bununda kişilik özellikleri sayesinde ortaya çıktığını söylemektedir.

Kadınların eşleri tarafından üretimden uzak tutulmasının sebebini, erkeklerin kadınların ekonomik özgürlüğünü kazandıkları zaman pek çok alanda egemenliklerini kaybedecekleri düşüncesine kapılmalarına bağlamaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Hacettepe Üniversitesi Eczacılık Fakültesi mezunudur. Evli ve çocuğu yoktur. 29 yaşındadır.

Eğitimin çalıştığı sektörde mutlaka olması gerektiğini söylemektedir. Yani eğitimi bu sektöre girebilmesi için pasaport görevi görmüştür.

19. Harita Mühendislik Bürosu Sahibi, Sakarya/Karasu

Kuruluş Aşaması: 1991 yılında eğitimini tamamladıktan sonra da tekrar doğup büyüdüğü Karasu'ya dönüp aldığı eğitimi en iyi şekilde icra etme ve başarılı olma azmi ile bu işletmeyi kurmuştur.

Kendisini girişimci olmaya iten sebeplerin başında ekonomik ve sosyal anlamda özgür olma isteği gelmektedir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Harita mühendisliği sektöründe yıllarca hizmet etmesinin ana sebebi bu mesleğin eğitimini almış olmasından kaynaklanmaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Girişimde bulunmaya karar verdiğinde ailesinden yardım almıştır ve çok fazla zorluk yaşamamıştır. Ancak yanlarında çalışabilecek kalifiye eleman bulma konusunda buldukları ilçenin küçük olmasından dolayı zorluk yaşamıştır. Tanıdıkları vasıtasıyla lise mezunu iki kişi bulmuştur. Şu anda da aynı kişilerle çalışmaktadır, biri lise diğeri Açık Öğretim Fakültesi İşletme bölümünde okumaktadır. Yanında çalışanlardan oldukça memnundur ve kendisine de olumlu bakmaktadırlar. Gelecekteki finans kaynaklarını kazandıkları ve kendi birikimleri olarak belirlemiştir.

Rakiplerinden Farkı: Karasu'da kendi bürosunun dışında 2 büro daha bulunmaktadır. Her iki büronun da sahibi erkektir ve kendisi bu ilçede tek kadın olduğu için en az erkekler kadar başarılı olmak istemektedir. Farklarını ise doğru ve dürüst çalışmak olarak belirtmektedir.

İşle İlgili Sorunları: Bulunduğu sektörde kadın olmanın dezavantajlarını yaşamaktadır. Çünkü işleri gereği arazide çalışmaları gerekmektedir. Arazilerde zemin etütleri yapmaları ve aynı zamanda da devlet dairelerindeki işleri yapmalarından dolayı erkeklerden daha fazla zaman ve enerji harcamaları gerekmektedir.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki hedefi 10 yıl sonra şimdiye dek koruduğu ekonomik ve sosyal statüyü devam ettirmektir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulunduğu ilçe dışında başka bir ilçede ikamet etmiş olsa cesur ve genç bir kadın olarak yine girişimci olacağını söylemektedir.

İş yerini açtıktan dört sene sonra evlenmiştir, ancak evli ya da bekar olmasının girişimde bulunmasında bir etkisi olmamıştır. Yani girişimciliği evli yada bekar olmaya bağlamamaktadır. İnsanların ihtiyaçlarına bağlamaktadır.

Ailesinden bürosunu ilk açtığı anda maddi ve manevi destek almıştır, şimdi ise eşi ile birlikte finansman sağlamaktadırlar. Babası işçidir, dedesinin bakkal dükkanı vardır ve ilk girişimciliği onun yanında öğrenmiştir.

Aile ve iş yaşamı uyumunda kadınların erkeklere göre daha başarılı olduklarını düşünmektedir. Ona göre kadınlar mantıkları doğrultusunda hareket ederek uyumu yakalamaktadır. Kadınların erkeklerden daha fazla yükünün olduğunu, bu konuda da erkeklerin daha bencil olduğunu düşünmektedir.

Girişimcilik kendisine göre, %90 öğrenilebilen süreç, %10 ise doğuştan gelen özelliktir. Kadınları çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışılmasının sebebini sosyo-kültürel nedenlere bağlamaktadır. Bu nedenlere eğitimsizliğin ve geleneklerin de hakim

olduğunu düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Selçuk Üniversitesi Harita Mühendisliği mezunudur. Evli ve 1 çocuk annesidir. 35 yaşındadır.

İçinde bulunduğu sektörde eğitimin şart olması gerektiğini bu sebeple eğitiminin avantajlarını yaşadığını söylemektedir.

20. Kebap Salonu Sahibi, Sakarya/Karasu

Kuruluş Aşaması: İşletmeyi 2000 yılında faaliyete geçirmiştir. Kendisini girişimci olmaya iten esas sebeplerin başında kişisel özgürlüğünü kazanma düşüncesi gelmektedir. Evlenmeden önce hiç çalışmamıştır evlendikten sonra çocuğu büyüyünce eşiyile birlikte kebab salonu açmaya karar vermişlerdir.

Girişimcilik ona göre sosyal bir statüdür. Bu iş yerini açtıktan sonra çevresi oldukça genişlemiştir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Bu sektörün hiç ölmeyecek bir sektör olmasına inancından dolayı gıda sektöründe yer almaktadır. Çünkü yaşamak için herkes yemek zorundadır ve ülkemizde de kebab oldukça rağbet görmektedir, bu sebeple gıda sektörüne yönelmiştir.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Bu iş yerini açmaya karar verdiğinde finans açısından oldukça zorlanmıştır fakat eşinin ve kendi ailesinin desteği ile bu sorunun üstesinden gelmiştir. Yanında çalışan elemanları bulma konusunda zorluk yaşamamıştır. Çok fazla başvuru olmuş ve bu kişiler arasından seçim yaparak çalışan kadrosunu oluşturmuştur.

Yanında şu anda 16 kişi çalışmaktadır. Bu kişiler genellikle lise mezunu kişilerdir. Ancak Açıköğretim Fakültesi işletme ve iktisat mezunları da yanında çalışmaktadır. Ayrıca Meslek Yüksekokulunda okuyup yaz tatillerini değerlendirmek için burada

çalışan öğrenciler de vardır. Yanında çalışan kişilerle abla-kardeş ilişkisi içindedir, aralarında patron-işçi ilişkisi olmamıştır.

Rakiplerinden Farkı: Titizlikleri ile diğer rakiplerinden ayrıldıklarını ifade etmektedir. Bu lokantada yemekler müşterilerin gözü önünde ustalar tarafından hazırlanmaktadır, bir gün duran et ertesi gün pişirilmemektedir.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili temel sorunların başında bazı müşterilerinin çok sabırsız davranmalarıdır. Müşteriler yemek siparişi verdiklerinde birkaç dakika içinde yemeğin önlerinde olmasını istemektedir bu sebeple zaman zaman zorluk yaşamaktadır.

Gelecekle İlgili Planları: Kebap salonu iki katlı büyük bir işletme olmasına rağmen bu işletmeyi daha da büyütmeyi amaçlamaktadır. İşyerine ait otopark ve çocukların oynayabileceği oyun parkı kurmak istemektedir. Ayrıca kebab salonunun İstanbul'da ve Ankara'da şubelerini açmak istemektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bu sektörde akşamları alkol almış şekilde buraya yemek yemeye gelen insanları kadın olarak hoş karşılamamaktadır. Çünkü bu müşterilerin farklı davranış sergileyip içerideki insanları rahatsız etme riski söz konusudur.

Farklı bir ilçede yaşıyor olsa yine girişimci olmak ve yine gıda sektöründe yer almak istediğini belirtmektedir.

Evli olması girişimcilik kararını olumlu yönde etkilemiştir. Eşi yıllardır ticaret hayatının içindedir, eşinin sayesinde bir işletmenin nasıl yönetilmesi gerektiği konusunda fikir sahibi olmuş, eşinin tecrübelerinden yararlanmış ve kendini bu konuda geliştirmiştir. Kendi ailesinden ve eşinin ailesinden manevi anlamda destek almaktadır. Hepsinin saygısını ve güvenini kazanmış durumdadır. Bu durum kendisine olan güvenini daha da arttırmaktadır. Babası memurdur kendi ailesinde hiç girişimci yoktur. Eşi girişimcidir.

Aile yaşamı uyumunda, kadınların erkeklere göre daha başarılı, iş yaşamında ise kadınlarla erkeklerin eşit olduğunu düşünmektedir.

Girişimcilik kendisine göre öğrenilebilen bir süreçtir. Bekarken kendi ailesinde hiç girişimci olmadığı halde evlendikten sonra eşi ticaret hayatına merak salmış ve ticareti öğrenebilmek için yoğun çaba sarf etmiştir.

Kadınların üretimden uzak tutulmasını sebebini erkeklerin kıskançlığına bağlamaktadır. Erkeklerin, kadınların sosyal ve ekonomik anlamda güçlü olma fikrine bile tahammül edemediklerini ifade etmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Liseyi ikinci sınıfta terk etmiştir. Evli ve 1 çocuk annesidir. 33 yaşındadır.

Eğitimin her sektörde gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Eğitim sayesinde hayattaki pratikliğin ve algılamının daha farklı olduğunu söylemektedir.

21. Çiçek Evi Sahibi, Sakarya/Karasu

Kuruluş Aşaması: 1999 yılında Karasu'da çiçek evini açmıştır. Kendisini girişimci olmaya iten esas neden kendi işini kurma isteği olmuştur. Girişimci olmaya ekonomik ve kişisel özgürlük kazanmak amacıyla karar vermemiştir. İnsanlara hizmet vermek ve topluma katkıda bulunmaktan büyük zevk almaktadır. Kendi işini kurarak bu düşüncelerini hayata geçirmiştir.

Başarı ona göre her şeyden önemlidir. Sosyal çevresi geniş olduğu için insanlara hizmet verebilmek için çalışma hayatına başlamıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Başarı faktörünü insanın sevdiği işi yapmasına bağladığı için çiçekçilik sektöründe yer almaktadır. Ayrıca el becerisi ve estetik anlayışına güvendiği için bu sektörde çalışma kararından şüphe duymamıştır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: İşletmesini açarken finans bulmakta zorlanmamıştır. Ailesinin de yardımıyla bu sorunu aşmıştır. Şu anda işleri oldukça iyi gittiği için gelecekte de işlerinin iyi gideceğini düşünmektedir. Bu sebeple finans kaynağı konusunda zorluk çekebileceğini düşünmemektedir. Yanında 2 kardeşi çalışmaktadır. İkiisi de lise mezunudur. Kendisine çok bağlı olduklarını söylemektedir. Bununla işlerine olumlu yansıdığını düşünmektedir.

Rakiplerinden Farkı: Yaşadığı yerde kimseyi rakip görmemektedir. Diğer çiçekçilerin para kazanmak amacıyla olduklarını kendisinin ise tamamen hizmet amacıyla olduğunu, bu yüzden de ayakta kalanın kendisi olduğunu ifade etmektedir. İşinde güven ve hizmete çok önem vermektedir.

İşle İlgili Sorunları: En büyük sorunu, müşterilerin kaliteli ürünle kalitesiz ürünü aynı fiyattan değerlendirmesini istemeleridir. Fiyatı yüzünden çiçek satın almaktan vazgeçenler olduğunu söylemektedir.

Gelecekle İlgili Planları: Piyasadaki hedeflerinden biri daha büyük bir dükkana taşınarak daha çok çeşidi burada sergilemektir. 10 yıl içindeki hedefi ise Karasu'da bir çiçek market açabilmektir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Ona göre kadın olmak ikinci planda yer almaktadır. İnsan olmanın kadın ya da erkek olmaktan çok daha önemli olduğunu söylemektedir. Kendi işi el becerisi ve estetik gerektirdiği için bu sektörde kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır. Çiçeklerin kadınlar için yaratıldığını, bir kadının hoşlanacağı çiçeği yine bir kadının hazırlayabileceğini düşünmektedir.

Bulduğu ilçe dışında bir yerde de mutlaka girişimci olabileceğini düşünmektedir.

Girişimcilikte, evli yada bekar olmanın etkin olmadığını, girişimciliğin insanın içinden gelen engellenemez istek olduğunu düşünmektedir. Evli olmasının sadece sorumluluklarını değiştirebileceği görüşünü savunmaktadır.

Ailesi kendisine destek olmaktadır ve ailesinde kendisinden başka girişimci bulunmamaktadır.

Erkeklerin iş yaşamında daha uyumlu olduğunu, kadınların ticarete erkekler kadar cesur olmadığını düşünmektedir. Ancak aile uyumunda ise kadınların daha kabiliyetli olduklarını düşünmektedir. Kadınların sevgi, şevkat, sabır ve anlayışla aile uyumunu sağladığını düşünmektedir.

Girişimciliğin tamamen kişisel özellik olduğunu sonradan öğrenilebilecek bir süreç olmadığını düşünmektedir. Girişimciliği, insanın iş yapabilme ve tüm riskleri üstlenebilme yetisi olarak tanımlamaktadır.

Kadınların üretimden uzak tutulmaya çalışılmasının sebebini eğitimsizliğe bağlamaktadır. Erkeklerin çoğunun eşlerinin başarısını kaldırabilecek olgunluğa erişemedikleri için eve hapsettiklerini düşünmektedir. Bu konuda gelenek ve göreneklerin de rol oynadığını düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Lise mezunudur. Bekar ve 27 yaşındadır.

Yaptığı işin eğitimden çok beceri gerektirdiğini düşünmektedir. Annesinden çiçekler hakkında aldığı bilgilerin yararını görmektedir.

22. Tekstil Mağazası Sahibi, Sakarya/Karasu

Kuruluş Aşaması: Mağazasını 21.09.1999 tarihinde açmıştır. Girişimci olmasında en büyük etken kendisine olan güvenini ve saygısını kazanmak, kararlarını özgürce verebilme isteğidir.

Mağazasını açtığında 32 yaşında olmasına rağmen bundan sonraki yaşantısını kendi ayakları üzerinde durarak sürdürmeyi istemiştir ve bunu başarabilmenin kendi işine sahip olmayla gerçekleşebileceğini düşünmüştür. Başarılı olma azmi girişimci ruhunu

tetiklemiş ve sosyal statü kazanma isteği ile girişimci olmaya karar vermiştir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Tanınmış bir tekstil markasının Karasu'daki şubesidir. 17 Ağustos depreminden sonra insanların en çok ihtiyaç duyduğu şey giyim olmuştur. Karasu'da o dönemde de çok fazla giyim mağazası yoktur. Bu zor ve tekstil talebinin yoğun olduğu dönemde mağazasını açmıştır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finans bulmada zorlanmıştır. Finansın çok az bir kısmını kendi ailesinden diğer kısmını ise borç alarak tamamlamıştır. Yanında çalışan kişileri bulmakta ise zorluk çekmemiştir. İş ilanı vermeden çalışanlarını bulmuştur. İki kişi mevsimlik, bir kişi daimi olarak çalışmaktadır. Çalışanların üçü de üniversite mezunudur. Çalışanlarla arasında çok iyi diyalogun olduğunu patrandan çok arkadaş ilişkisi içinde iş yaptıklarını söylemektedir. Onlar da kendisinden çok şey öğrendiklerini belirtmektedirler.

Rakiplerinden Farkı: Kendi mağazasında bulunan markanın diğer rakiplerinden farkı ve avantajı kaliteyi ucuza satmak ve güvenilir olmaktır. Satılan ürünlerin tamamen gençlere yönelik olması ve bölgeye üniversite öğrencilerinin gelmesiyle birlikte yaptığı satış grafiği diğer tekstil mağazalarından farkının ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili en büyük sorunu, Karasu'da da insanların kaliteli ve ucuz malı bulabileceklerine inandırma zorluğudur. İnsanların alış-veriş için Adapazarı'nın merkezine gittiklerini bu sebeple müşterini bazen kaybettiği düşüncesine kapıldığını söylemektedir.

Gelecekle İlgili Planları: Gelecekteki hedefi, finans kaynaklarını arttırıp yeni şubeler açmaktır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Tekstil sektöründe kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır. Bu avantajla müşteriye seçtiği ürünlerle mağazasına çekmektedir.

Ailesi Karasu'da olduğu için mağazasını Karasu'da açmıştır. Ancak başka bir ilçede yaşamış olsa yine girişimci olabileceğini ifade etmektedir.

Evli ya da bekar olmasının girişimci olmasındaki kararında etkili olmayacağını ifade etmektedir.

Babası mağazayı açacağı zaman karşı çıkmış ancak annesi ve ağabeyleri çok destek olmuşlardır. Babası da zamanla bu fikre alışmış ve kızına destek olmak zorunda kalmıştır. Kendisinden başka ailesinde girişimci bulunmamaktadır.

Aile hayatında kadınların erkeklere göre daha uyumlu olmasını kadınlara özgü anaç duygulara bağlamaktadır. Kendisine göre kadınların erkeklere göre daha sabırlı ve sakin kişilik yapısına sahip olmaları, kadınları hem aile hem de iş yaşamında daha uyumlu kılmaktadır.

Girişimciliği öğrenilebilecek bir süreç olarak tanımlamaktadır.

Kadınların çalışma hayatından uzak tutulmasını eğitimsizliğe ve çevre baskısına bağlamaktadır.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Lise mezunudur. Bekar ve 37 yaşındadır. Mağaza sahibi olmak için eğitimin olması gerektiğini düşünmemektedir. Satış işinin kendini geliştirmeyle de başarılılağını düşünmektedir.

23. Ayakkabı Mağazası Sahibi, Kocaeli/Gebze

Kuruluş Aşaması: Girişimci olmaya ekonomik özgürlükle beraber kişisel özgürlük isteğiyle karar vermiş ve mağazasını 2000 yılında açmıştır. Çünkü kendi işini kurmak ekonomik özgürlüğü beraberinde de kişisel özgürlüğü getirmiştir. Bu özgürlükleri kazanmak için de insanda başarı azmini bulunması gerektiğini düşünmektedir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Kendisi kadın olduğu için ve kadınlara hitap ettiği için ayakkabı sektöründe yer almaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: İlk mağazasını açarken finans sağlama konusunda sıkıntı yaşamıştır ancak bu sorununu ailesi ve arkadaşları sayesinde halletmiştir. 2. ve 3. mağazasını açarken finans bakımından sıkıntı yaşamamıştır. Yanında çalışanları bulmakta zorlanmamıştır. Çalışanlarını deneyimli ve güvenilir insanlar arasından seçmiştir. Şu anda mağazalarında toplam 7 kişi çalışmaktadır ve çalışanların hepsi lise mezunudur. Çalışanlarıyla patron-çalışan ilişkisi içindedir.

Rakiplerinden Farkı: Bu sektörde çok fazla rakibinin olduğunu söylemektedir. Çünkü Gebze'nin hem İstanbul'a hem de İzmit'e yakın olması bu sektörde çok fazla rakibinin olmasına neden olmaktadır. Ancak kaliteyi makul fiyattan sattığı ve müşterileriyle diyalogunu iyi kurduğu için diğer rakiplerinden farklı olduğunu söylemektedir. Ayrıca özel siparişlere de cevap verebilmektedirler.

İşle İlgili Sorunları: İşle ilgili en büyük sorunu büyük illere yakın olması ve buralarda çeşidin fazla olduğunun düşünülmesinden dolayı müşterilerinin bu bölgeleri tercih etmesidir.

Gelecekle İlgili Planları: Şu anda 3 mağazası bulunmaktadır. İleriki yıllarda bu mağazaları daha da genişletip sadece kadınlara değil erkeklere de hitap edecek ürünler satmayı hedeflemektedir. 10 yıl içinde de üretime geçmeyi planlamaktadır.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulduğu çevrede ve bu sektörde kadınlara hitap ettiği için kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır.

Bulduğu ilçe dışında bir yerde de yine girişimci olabileceğini ve belki de işinin çok daha rahat olabileceğini düşünmektedir.

Evlü ve 1 çocuk annesi olması çocuğuna daha iyi bir gelecek sağlamak adına işine daha sıkı bağlanmasını sağlamıştır. Bu konuda da eşi kendisine çok destek olmaktadır.

Ailesinden de bu konuda destek almaktadır ve ailesinde kendisinden başka girişimci bulunmamaktadır.

Aile ve iş yaşamı konusunda her iki tarafında farklı sorumlulukları olduğunu ve bu konuda birbirlerini dengelediklerini belirtmektedir.

Girişimciliğin kişisel özellik olduğunu sonradan öğrenilerek yapılamayacağını düşünmektedir. Bu özelliklerin de kendisinde olduğunu düşünmektedir.

Kadınların üretimden uzak tutulmasının sebebini eşlerinin eğitimsizliğine ve kıskançlığına bağlamaktadır. Kocalarının zoruyla evde oturtulan kadınların hem ev hem de ülke ekonomisine zarar verdiklerini düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Açıköğretim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü mezunudur. Evli ve 1 çocuk annesidir. 28 yaşındadır. Eğitiminin müşteri ile diyalogunda büyük bir rol oynadığını ve kendisine avantaj sağladığını söylemektedir.

24. Mobilya ve Dekorasyon Mağazası Sahibi, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Kişisel özgürlük ve topluma bu anlamda bir şeyler kazandırmak amacıyla 1992 yılında mağazasını açmıştır. Başarılı olma ihtiyacı girişimci olmasını tetiklemiştir ve kendisine sosyal statü kazandırmıştır.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Mobilya sektöründe yer almasının nedeni ev dekorasyonuna ilgi duymasından kaynaklanmaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Finans bulma konusunda zorluk yaşamıştır ancak bankadan kredi alarak bu sorunu ortadan kaldırmıştır. Gelecekteki finans kaynakları hakkında henüz net bir şey söyleyememektedir. Finansı tamamen para olarak görmediğini, kaliteli hizmetin de finansı sağlayabileceğini düşünmektedir.

Yanında çalışan kişileri bulmakta zorlanmamıştır. Mağazasında part-time eleman çalıştırmaktadır ancak fabrikasında 15 kişi çalışmaktadır. Mağazasında çalışanlar lise mezunu, fabrikasında çalışanlar ise ilkokul, ortaokul ve meslek lisesi mezunu kişilerdir.

Rakiplerinden Farkı: Özel imalat proje çalışmaları, yaptığı imalata güzel sanatları katması, birinci kalite malzeme kullanması, güvenilir ve en önemlisi de dürüst olması kendisini diğer rakiplerinden ayıran en önemli özelliklerdir.

İşle İlgili Sorunları: İşini severek yaptığını ve işle ilgili çok fazla sorunu olmadığını söylemektedir.

Gelecekle İlgili Planları: İşletmesini daha da büyütmek ve Adapazarı mobilyasının diğer illere kaliteli olduğunu kanıtlamak için rekabeti arttırmak en büyük hedefidir. 10 yıl sonra firmasını oturmuş ve isim yapmış bir firma yapmak istemektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bulunduğu sektörde kadın olmanın avantajlarını yaşamaktadır. Kadın müşterilerinin daha rahat alış-veriş yaptıklarını ve daha çok güvendiklerini ifade etmektedir.

Mağazasını İstanbul ve Bursa gibi farklı illerde de açmayı planlamaktadır.

Evlü olması ve eşinden destek alması kendisini girişimcilik kararında olumlu yönde motive etmiştir.

Ailesinden manevi anlamda destek aldığını ve ailesinde kendisinden başka 3 girişimci bulunduğunu söylemektedir.

Aile ve iş yaşamı uyumunda kadınlarla erkeklerin farklı görevleri olmasından dolayı birbirlerini dengelediklerini ifade etmektedir.

Girişimciliğin hem kişisel özellik hem de öğrenilebilen bir süreç olduğunu söylemektedir.

Kadınların eşlerinin ve toplumun baskısından dolayı çalışma hayatından uzak tutulduklarını düşünmektedir.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Lise mezunudur ayrıca El Sanatları ve Dekorasyon kursu almıştır. Evli ve 1 çocuk annesidir. 44 yaşındadır. Eğitimli olsaydı işlerinin daha farklı olabileceğini düşündüğü için bu konuda tam eğitim almadığı için lise mezunu olmasının dezavantajlarını yaşamaktadır.

25. Odyometris, Ses ve İşitme Merkezi Sahibi, Sakarya/Adapazarı

Kuruluş Aşaması: Ekonomik ve kişisel özgürlük elde edebilmek için bu merkezi 2003 yılında faaliyete geçirmiştir. Aldığı eğitimle birlikte ekonomik anlamda özgür olma düşüncesiyle girişimci olmaya karar vermiştir.

Bu Sektörde Yer Alma Nedenleri: Eğitimini Odyometri üzerine yaptığı için sağlık sektöründe yer almaktadır.

Finans Kaynağı ve Yanında Çalışan Kişiler: Ücretli olarak çalıştığı işyerini devir almıştır. Belirli bir süre içinde işletmenin kazancı ile belirlenen bedeli ödemiştir. Şu an için finans kaynağı olarak kullanabileceği birikime sahip değildir. Küçük miktarlarda uzun vadeli yatırımlar yapmayı düşünmektedir.

Yanında meslek lisesi mezunu 1 kişi çalışmaktadır. Aralarında iyi bir diyalog vardır. Patron-çalışan ilişkisinden çok arkadaş ilişkisi ile çalışmaktadırlar.

Rakiplerinden Farkı: İşini severek ve bilinçli yapması, işin ticari yönünden çok kişilerin çıkarlarını ve memnuniyetini ön planda tutması diğer rakiplerinden farkını ortaya koymaktadır.

İşle İlgili Sorunları: Hastalarının çoğu orta yaş üstü, mutsuz ve bilgiyi kabul etmeyen insanlardır. Verdikleri paranın karşılığında bilgi yerine %100 çözüm istemektedirler bu

durum işini zorlaştıran en önemli etkidir.

Gelecekle İlgili Planları : Her işletme sahibi gibi kendisi de iş yerinin uzun vadede ayakta durmasını istemektedir. Bunun da insanlara güven sağlamayla mümkün olabileceğini düşünmektedir. 10 yıl sonra ise hasta insanlara daha büyük imkanlar sunabilecek, bir çok kişi ve kuruluş tarafından tanınan bir işletme olmayı hedeflemektedir.

Girişimcilik Hakkındaki Görüşleri: Bu işi yapmanın sabır işi olduğunu söyleyerek bu sektörde kadın olmanın avantajlı olduğunu ancak Adapazarı'nda kadın olarak ticaret yapmanın oldukça zor olduğunu söylemektedir.

Adapazarı dışında yaşamış olsa yine aynı işi yapacağını söylemektedir. Buranın küçük bir yer olmasından dolayı yaşam koşullarının daha kolay, riskin ve rekabetin daha az olduğunu söylemektedir. Bekar olması bu sektörde girişimci olmasını olumlu yönde etkilemiştir. Çünkü iş yaşamındaki bazı koşullarda evli olmuş olmasının problemler yaratabileceğini düşünmektedir.

Ailesi kendisini desteklemektedir, işinde yaşadığı problemleri birlikte çözebilmektedirler. Ailesinde kendisinden başka babası girişimcidir.

Girişimciliğin hem kişilik özelliği hem de öğrenilebilen bir süreç olduğunu düşünmektedir.

Kadınların iş yaşamından uzak tutulmasının sebebini erkeklerin her konuda egemen olma isteğine bağlamaktadır. Ona göre erkekler, kadınlar çalıştığı zaman kendilerine bağımlılığının kalmayacağını bu yüzden de hakimiyetlerinin kaybolabileceğini düşünmektedirler.

Eğitimi, Medeni Durumu ve Yaşı: Hacettepe Üniversitesi Odyometri Bölümü mezunudur. Bekar ve 24 yaşındadır. Eğitimi bu sektörde olmazsa olmazlar arasındadır, bu yüzden eğitiminin avantajını yaşamaktadır.

Girişimci Kadınlar/Şehirler	Sektöre Giriş Yılı	Sektöre Giriş Nedeni	Finans Kaynağı	Çalışan Kişi Sayısı	Çalışanların Eğitimleri	İşle İlgili Sorunlar	Hedefler	Medeni Durum	Ailedeki Girişimci Sayısı	Girişimcilik Süreci	Eğitim Durumu ve Yaş
Mefruşat, Refika Ceylan, Adapazarı	1995	Ekonomik nedenler	Borç	6 kişi geçici, 2 kişi daimi işçi	Lise	Güven unsuru ve banka kredisi almada zorluk	Yurt dışında mağaza açmak	Dul ve 3 çocuk annesi	Yok	Öğrenilebilen süreç	Lise, 45
Çiçek Evi, Nurten Uraz, Adapazarı	1992	Bir şeyleri başarabilme ve paraya yön verme isteği	Eşinin emekli ikramiyesi	Oğlu ve 2 çırak	Oğlu üniversite, çıraklar ilkököl	Eğitimsiz insanların sektörde olması	Çiçekçilikte gelinebilecek en son yere ve dernekte yönetici konumuna gelmek	Dul ve 3 çocuk annesi	Yok	Öğrenilebilen süreç	İlkokul, 49
Yemek Fabrikası, İffet Hacıyılıpoğlu, Adapazarı	2003	Kendi işini kurma düşüncesi	Kendisinin ve eşinin birikimleri	9 kişi	3 kişi İhiv. 4 kişi lise, 1 kişi ortaokul, 1 kişi ilkököl	Eğitimsiz insanların sektörde olması	Türkiye geneline yayılmak, marka olmak	Evli ve 2 çocuk annesi	Babaannesi, eşinin babası ve eşi	Kişilik özelliği	Çalışma Ekonomisi, 34
Yemek Fabrikası, Fatma Eriş, Adapazarı	1999	Eşine destek olmak	Kendisinin ve eşinin birikimleri	30 kişi	Eğitilmiş 3 kişi, diğerleri ilkököl, orta okul ve lise	Ekonomik faktörler	Tesisini daha da büyütüp halka açmak	Evli ve 3 çocuk annesi	Eşi	Kişilik özelliği ve öğrenilebilen süreç	İlkokul, 39
Kuafor, Bahar Dündar, Adapazarı	1986'dan beri sektörde 1997'den beri işletmeci	Sosyal statü elde etmek ve kişisel özgürlük	Borç ve kredi	7 kişi	Çalışanların hepsi meslek eğitilmiş	Eğitimsizlik, kadınları memnun etmenin zorluğu	Marka olmak ve şubeler açmak	Bekar	Abisi	Kişilik özelliği	Lise, 32
Unlu Marmuller, Adapazarı	2002	Kişisel özgürlük	Kendi birikimi ve borç	10 kişi	1 kadın, 1 erkek usta başı lise, diğerleri ilkököl	Ekonomik koşulların zorluğu	Lider olmak, ev yemeklerinin yapıldığı restoran açmak	Dul ve 1 çocuk annesi	Yok	Kişilik özelliği ve kendini yetiştirme	Güzel Sanatlar Fakültesi, 39

Girişimci Kadınlar/Şehirler	Sektöre Giriş Yılı	Sektöre Giriş Nedeni	Finans Kaynağı	Çalışan Kişi Sayısı	Çalışanların Eğitimleri	İşle İlgili Sorunlar	Hedefler	Medeni Durum	Ailedeki Girişimciler	Girişimcilik Süreci	Eğitim Durumu ve Yaş
Takı Tasarım Mağazası Sahibi ve Kız Öğrenci Yurdu İşletmecisi, Hülya Kural, Adapazarı	Takı tasarım 2003, yurt 2002	Yurdu kişisel özgürlük ve kendi işinin sahibi olma ve takı tasarımı el becerilerini sergileme	Yurtda mekan ailesine ait diğer masraflar kendinin, takı tasarım da borç almıştır	Yurtda kız kardeşi ile birlikte çalışmakta, takı tasarımı ise yanında kimse çalışmamakta	Üniversite	Yurtda ilgili sorun çevrenin yurt anlayışını benimsememesi, takı tasarımı ise ürünlerinin anlaşılmasından şikayetçi	Büyük firmalarla çalışmak, atölye açmak ve kendini marka olarak dünyaya tanıtmak	Bekar	Babası ve abisi	Girişimciliğin istek ile gerçekleştirilebileceğini düşünmektedir	Klasik Arkeoloji, 29
Tekstil Mağazası, Aysegül Erol, Adapazarı	2004	Kendi işinin sahibi olma	Kendisinin ve eşinin birikimleri	Eşi ve 1 kadın	İlkokul	İş yerini açmak için gereken çiraklık belgesi almak	Marka bayiliği almak	Evli ve 1 çocuk annesi	Babası	Kişilik özelliği	Meslek Yüksekokulu, 25
Çeyiz Mağazası, Hatice Yaz, Adapazarı	20 yıldır sektörde, 1989'dan beri girişimci	Kendi işinin sahibi olma düşüncesi	Kendi birikimleri	Atölyesinde 8 kişi, fason iş verdiği 10-15 kişi	Atölyede çalışanlar lise, evde çalışanlar ilk okul mezundur	Kaliteye önem verdiği için malzeme bulmada zorluk yaşamaktadır	Birkaç katlı mağaza açmak	Bekar	Babası ve abisi	Kişilik özelliği	Kız Meslek Lisesi, 41
İç Giyim Mağazası, Tulay Çakırlar, Adapazarı	2004	Kişisel ve ekonomik bağımsızlık	Kendi birikimleri	Kendisi	Üniversite	Sorun yaşamamakta	İç çamaşırı firmasının bayiliğini almak	Evli ve 1 çocuk annesi	Babası ve abisi	Kişilik özelliği	Spor Akademisi, 27
Tekstil Mağazası, Adapazarı	2001	Kişisel özgürlük ve ekonomik nedenler	Kendisinin ve eşinin birikimleri	Kendisi	Lise	Sorun yaşamamakta	Bir firmanın bayiliğini alıp büyütmek	Evli ve 1 çocuk annesi	Eşi ve babası	Kişilik özelliği ve öğrenilebilen süreç	Lise, 36
Çocuk Kresni, Zehra Gök, Adapazarı	2001	Kişisel ve ekonomik özgürlük	Eşi	4 kişi	Kız Meslek Lisesi, Çocuk Gelişimi	Veilelerin bilinçsiz oluşu	Ayakta kalabilmek ve kolej olmak	Evli ve 2 çocuk annesi	Ailesinde herkes girişimci	Kişilik özelliği ve öğrenilebilen süreç	İktisat, 36

Girişimci Kadınlar/Şehirler	Sektöre Giriş Yılı	Sektöre Giriş Nedeni	Finans Kaynağı	Çalışan Kişi Sayısı	Çalışanların Eğitimleri	İşle İlgili Sorunlar	Hedefler	Medeni Durum	Ailedeki Girişimciler	Girişimcilik Süreci	Eğitim Durumu ve Yaş
İç Çamaşır Dikim Atölyesi Sahibi, Adapazarı	1994	Kendi işinin sahibi olma düşüncesi ve ekonomik nedenler	Kendisinin ve eşinin birikimleri	6 kişi	Biri açık öğretimde okuyor, diğerleri ilkokul	Ekonomik nedenlerden dolayı iş olmadığı zaman atölyeyi kapatmak	İş olduğu sürece bu şekilde çalışmak	Evli ve 3 çocuk annesi	Yok	Öğrenilebilen süreç	Ortaokul, 45
Çeyiz ve Dikimevi, Kocaeli	2002	Ekonomik nedenler	Kendi birikimi	1 kişi	Lise mezunu	Sorun yaşamamakta	Atölye açmak ve işini büyütmek	Evli ve 2 çocuk annesi	1 kişi	Kişilik özelliği	Lise, 40
Opet Petrol, Sakarya/Karasu	2001	Ekonomik nedenler	Kendi birikimi	2 kardeşi ve 7 işçi	6 kişi lise 1 kişi ilkokul	Sorun yaşamamakta	Başka illerde de şubeler açmak	Bekar	Babası	Öğrenilebilen süreç	Lise, 46
Café Sahibi, Karasu	1999	Sosyal statü	Kendi birikimleri	2 kişi	1 kişi lise mezunu ve 1 kişi de açık öğretim öğrencisi	Sorun yaşamamakta	Karasu'da radyo sahibi olmak	Evli ve 1 çocuk annesi	Kendi ailesinde herkes ve eşi	Öğrenilebilen süreç	Radyo ve Televizyon, 30
Café Sahibi, Kocaeli	2003	Ekonomik ve kişisel özgürlük	Kendi birikimleri	Kendisi	Lise	Kalitesiz hizmet sunan esnaf	İşletmenin devamını sağlamak ve işletmesini büyütmek	Evli ve 1 çocuk annesi	Eşi	Kişilik özelliği	Üniversiteden terk, 25
Eczacı, Karasu	2000	Ekonomik ve kişisel özgürlük	Ailesi	4 kişi	3 kişi lise, 1 kişi üniversite	Tesettürlü olmasından dolayı ilaç firmalarına üye olamama	Ekonomik açıdan büyütmek ve işyerinin sayısını arttırmak	Evli ve çocuğu yok	Eşi	Kişilik özelliği	Eczacılık Fakültesi, 29
Mühendislik Bürosu, Karasu	1991	Ekonomik özgürlük ve sosyal statü	Kendisi ve eşi	2 kişi	Lise ve Açıköğretim mezunu	Arazide çalışmanın zorluğu	Aynı çizgide devam etmek	Evli ve 1 çocuk annesi	Dedesi	Öğrenilebilen süreç	Harita Mühendisliği 35

Girişimci Kadınlar/Şehirler	Sektöre Giriş Yılı	Sektöre Giriş Nedeni	Finans Kaynağı	Çalışan Kişi Sayısı	Çalışanların Eğitimleri	İşle İlgili Sorunlar	Hedefler	Medeni Durum	Ailedeki Girişimciler	Girişimcilik Süreci	Eğitim Durumu ve Yaş
Kebap Salonu, Karasu	2000	Sosyal statü	Eşinin ve kendi ailesinin desteği	16 kişi	Lise ve Açıköğretim mezunu	Sabırsız müşteriler	İşletmesini daha da büyütüp şubeler açmak	Evli ve 1 çocuk annesi	Eşi	Öğrenilebilen süreç	Lise terk, 33
Çiçek Evi Sahibi, Karasu	1999	Kendi işinin sahibi olma düşüncesi	ailesi	2 kişi	Lise	Müşterilerin farklı anlayış düzeyleri	Daha büyük bir dükkana taşınmak ve çiçek market açmak	Bekar	Yok	Kişilik özelliği	Lise, 27
Tekstil Mağazası, Karasu	1999	Kişisel özgürlük	Ailesi ve borç	1 kişi daimi, 2 kişi mevsimlik	Üniversite mezunu	Halkı ucuz ve kaliteli mal satışına inandırmak	Finansını arttırmak ve şubeler açmak	Bekar	Yok	Öğrenilebilen süreç	Lise, 37
Ayakkabı Mağazası, Kocaeli/ Gebze	2000	Ekonomik ve kişisel özgürlük	Ailesi ve borç	7 kişi	Lise mezunu	Büyük illere yakın olduğu için rakiplerinin çok olması	Mağazalarını genişletip üretime geçmek	Evli ve 1 çocuk annesi	Yok	Kişilik özelliği	Açıköğretim Halkla İlişkiler, 28
Mobilya ve Dekorasyon Mağazası, Adapazarı	1992	Kişisel özgürlük ve sosyal statü	Banka kredisi	15 kişi	İlkokul, ortaokul ve meslek lisesi mezunu	Sorun yaşamamakta	İşletmesini büyütme ve büyük illerde mağazalar açmak	Evli ve 1 çocuk annesi	3 kişi	Kişilik özelliği ve öğrenilebilen süreç	Lise, 44
Odyometrisi, Adapazarı	2003	Ekonomik ve kişisel özgürlük	İşletmesinin borcunu taksitle ödemiştir	1 kişi	Meslek lisesi	Hastaların %100 çözüm istemesi	Hastalarına daha iyi imkanlar sunabilecek işyeri açmak	Bekar	Babası	Kişilik özelliği ve öğrenilebilen süreç	Odyometri mezunu, 24

KRİTERLER	ORANLAR (%)	KİŞİ SAYISI
MEDENİ DURUM		
Evli	%60	15
Bekar	%28	7
Dul	%12	3
ÇOCUK SAYISI		
çocuğu olmayan	%32	8
1 çocuğu olan	%40	10
2 çocuğu olan	%12	3
3 çocuğu olan	%16	4
EĞİTİM DURUMU		
Üniversite	%44	11
Lise	%40	10
Ortaokul	%8	2
İlkokul	%8	2
SEKTÖR		
Hafif Sanayi (Tekstil, Mobilya, Çeyiz, Butik, Çiçekevi, Unlu Mamuller, Yemek Fabrikası)	%60	15
Sağlık ve Hizmet	%32	8
Hizmet ve Hafif Sanayi (Yurt ve Takı Tasarım)	%4	1
Eğitim Sektörü	%4	1
KURULUŞ YILI		
1989-1999	%44	11
2000-	%56	14
KURULUŞ NEDENİ		
Kendi İşini Kurma	%24	6
Ekonomik ve Kişisel Özgürlük	%20	5
Kişisel Özgürlük ve Sosyal Statü	%16	4
Ekonomik Nedenler	%12	3
Kişisel Özgürlük ve Ekonomik Nedenler	%8	2
Kişisel Özgürlük	%8	2

KRİTERLER	ORANLAR (%)	KİŞİ SAYISI
Sosyal Statü	%8	2
Eşine Destek Olma	%4	1
Kişisel Özgürlük İsteyen Toplam Kadın Girişimci	%52	13
FİNANS KAYNAĞI		
Kendi Birikimi	%28	7
Kendi ve Eşinin Birikimi	%24	6
Eşinin Birikimi	%8	2
Borç ve Aile Desteği	%8	2
Sadece Aile Desteği	%8	2
Borç	%8	2
Eşi ve Aile Desteği	%4	1
Borç Ve Kredi	%4	1
Banka Kredisi	%4	1
Kendi Birikimi Ve Borç	%4	1
Kendi Çabası İle İşini Kuran Toplam Kadın Girişimci	%48	12
ÇALIŞANLAR		
İşçi Çalıştıran Girişimciler	%88	21
İşçi Çalıştırmayan Girişimciler	%12	3
İŞLE İLGİLİ SORUNLAR		
Eğitimsiz İnsanların Bakış Açısı	%20	5
Ekonomik Koşullar	%12	3
Müşterilerin Anlayış Düzeylerindeki Farklılıklar	%12	3
Rakipler	%12	3
Çıraklık Belgesi Alma	%4	1
Kaliteli Malzeme Bulma	%4	1
Kadınlara Olan Güven Eksikliği	%4	1
Çalışma Koşullarının Zorluğu	%4	1
Tesettürlü Olmak	%4	1
İşle İlgili Sorun Yaşamayan	%24	6

KRİTERLER	ORANLAR (%)	KİŞİ SAYISI
HEDEFLER		
İşletmesini Büyütmek ve Başka İllere Şubeler Açmak	%20	5
Sadece İşini Büyütmek	%20	5
Aynı Çizgide Devam Etmek	%12	3
Marka Bayiliği Almak	%12	3
Alanında Lider Olmak	%12	3
Türkiye Genelinde Marka Olmak	%8	2
Yurtdışına Açılmak	%8	2
Alanının Dışında da Kendini Kanıtlamak	%8	2
AİLEDEKİ GİRİŞİMCİLER		
Ailesinde Kendisinden Başka Girişimci Olmayan	%28	7
Ailesinde Herkes Girişimci	%8	2
Ailesinde Girişimci Olan Toplam Kadın Girişimciler	%72	18
SÜREÇ OLARAK GİRİŞİMCİLİK		
Kişilik Özelliği	%40	10
Öğrenilebilen Süreç	%32	8
Kişilik Özelliği ve Öğrenilebilen Süreç	%20	5
İstek	%4	1
Kişilik Özelliği ve Kendini Yetiştirme	%4	1
Kişilik Özelliği Olduğunu Söyleyen Toplam Kadın Girişimci	%64	16

Görüşülen kadın girişimcilerin %60'ı (15 kişi) evli, %28'i (7 kişi) bekar, %12'si (3 kişi) duldur. %32'sinin (8 kişi) çocuğu yoktur, %40'ının (10 kişi) bir çocuğu, %12'sinin (3 kişi) 2 çocuğu ve %16'sının (4 kişi) 3 çocuğu bulunmaktadır.

Deneklerin %44'ü (11 kişi) üniversite, %40'ı (10 kişi) lise, %8'i (2 kişi) ortaokul, %8'i (2 kişi) ilkokul mezunudur. Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin %36'sı (9 kişi) 30 yaşın altında, %40'ı (10 kişi) 31 ile 40 yaş arasında, %24'ü (6 kişi) 41 yaşından büyüktür.

Bu veriler ışığında araştırmadaki kadın girişimcilerin evli, çocuksuz veya az çocuklu, eğitilmiş ve orta yaşlı oldukları söylenebilir.

Araştırmaya dahil edilen kadın girişimcilerden 15 kişi (%60) hafif sanayide (Tekstil, Mobilya, Çeyiz, Butik, Çiçekevi, Unlu Mamuller, Yemek Fabrikası, Ayakkabı Mağazası), 8 kişi (%32) sağlık ve hizmet sektöründe (Petrol İstasyonu, Cafe, Eczacı, Mühendislik Bürosu, Kuaför, Lokanta, Odyometris), 1 kişi (%4) hem hizmet sektöründe hem de hafif sanayide (Tasarım ve Yurt İşletmesi), 1 kişi (%4) eğitim sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu veriler ışığında araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin daha çok kadınlar için uygun bulunan sektörde faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

Burada kadın girişimcilerin kuruluş hikayelerine değinirken %44'ü (11 kişi) 1989-1999 yılı arasında, %56'sı (14 kişi) ise 2000 yılından sonra işletmesini kurmuştur. Buna göre 2000 yılından sonra kadın girişimcilerin sayısında artış olduğu görülmektedir.

Görüşülen kadın girişimcilerin %12'si (3 kişi) sadece ekonomik nedenlerden, %8'si (2 kişi) kişisel özgürlük ve ekonomik nedenlerden, %8'i (2 kişi) kişisel özgürlük, %16'sı (4 kişi) hem kişisel özgürlük hem de sosyal statü elde etmek için, %20'si (5 kişi) ekonomik ve kişisel özgürlük, %8'i (2 kişi) sosyal statü, %24'ü (6 kişi) kendi işini kurma düşüncesi, %4'ü (1 kişi) de eşine destek olmak amacıyla girişimci olmuştur. Buna göre girişimcilikte kişisel özgürlük isteyen kadın girişimciler %52 (13 kişi)'dir.

Araştırmaya dahil edilen kadın girişimciler işlerini kurarken %28'i (7 kişi) kendi birikimi ile, %24'ü (6 kişi) kendi birikimi ve eşinin birikimi ile, %8'i (2 kişi) sadece eşinin birikimi ile, %4'ü (1 kişi) eşinin ve kendi ailesinin desteği ile, %8'i (2 kişi) sadece ailesinin desteği ile, %8'i (2 kişi) borç ile, %4'ü (1 kişi) borç ve kredi ile, %8'i (2 kişi) ailesinin desteği ve borç ile, %4'ü (1 kişi) banka kredisi, %4'ü (1 kişi) kendi birikimi ve borç ile finans kaynağı sağlamıştır. Buna göre kadın girişimcilerin çoğunun finans kaynaklarını başkalarının desteği ile sağladığı görülmektedir. %48'i (12 kişi) işletmesinin finansını kendisi karşılamıştır. Bu durum kadın girişimcilerin çoğunun finansal risk alma konusunda temkinli olduğunu ve başkalarından destek aldığını göstermektedir.

Araştırma kapsamına alınan kadın girişimcilerin %88'i (22 kişi) yanında işçi çalıştırmaktadır. Bu kadın girişimcilerin %48'i (12 kişi) 1-5 kişi arasında, %24'ü (6 kişi) 6-10 kişi arasında, %16'sı (4 kişi) 11-30 kişi arasında işçi çalıştırmaktadır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerden %12'si (3 kişi) yanında hiç kimseyi çalıştırmadıklarını söylemişlerdir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %32'sinin (8 kişi) yanında çalışanlar üniversite mezunudur. Üniversite mezunu çalışanlar toplam çalışanların %7'sini (12 kişi) oluşturmaktadır. Çalışanların %93'ü (153 kişi) orta eğitim mezunudur.

Görüşülen kadın girişimcilerin %24'ü (6 kişi) iş ile ilgili sorun yaşamadığını ifade etmektedir. %12'si (3 kişi) ekonomik koşulların zor olmasından, %20'si (5 kişi) eğitimsiz insanların bakış açısından, %4'ü (1 kişi) iş yeri açmak için çıraklık belgesi almada, %4'ü (1 kişi) kaliteli malzeme bulmakta, %12'si (3 kişi) müşterilerin anlayış düzeyindeki farklılıklardan, %12'si (3 kişi) rakiplerinden, %4'ü (1 kişi) kadınlara olan güven eksikliğinden, %4'ü (1 kişi) çalışma koşullarının zorluğundan, %4'ü (1 kişi) tesettürlü olmasından dolayı sorunlar yaşamaktadır. Bu durum kadın girişimcilerin %76'sının (19 kişi) işle ilgili farklı sorunlar yaşadığını göstermektedir.

Araştırmaya dahil edilen kadın girişimcilerin çoğunun hedefi büyüktür. %8'i (2 kişi) Türkiye geneline yayılıp marka olmayı, %12'si (3 kişi) marka bayiliği almayı, %12'si

(3 kişi) alanında lider konumunda olmayı, %20'si (5 kişi) işletmesini büyütmeyi ve başka illere şubeler açmayı, %20'si (5 kişi) sadece işini büyütmeyi, %8'i (2 kişi) yurt dışına açılmayı, %8'i (2 kişi) alanının dışında da kendini kanıtlamayı, %12'si (3 kişi) ise aynı çizgide devam etmeyi hedeflemektedir. Bu duruma göre kadın girişimcilerin çoğunun gelecek planları işini geliştirme üzerinedir.

Görüşülen kadın girişimcilerin %28'sinin (7 kişi) ailesinde kendinden başka girişimci yoktur, %8'inin (2 kişi) ailesinde herkes girişimcidir, %32'sinin (8 kişi) ailesinde sadece bir girişimci vardır, %12'sinin (3 kişi) babası ve abisi, %16'sının (4 kişi) sadece eşi, %4'ünün (1 kişi) ailesinde 2 kişiden fazla girişimci olduğu saptanmıştır. Bu duruma göre kadın girişimcilerin %72'sinin (18 kişi) ailesinde girişimci olduğu gözlenmektedir. Görüşülen kadın girişimcilerin ailelerinde de girişimcilerin olması kendilerini girişimci olma konusunda olumlu etkilediğini göstermektedir.

Görüşülen kadın girişimcilerin girişimcilik süreci hakkındaki görüşleri farklıdır. %32'si (8 kişi) girişimciliğin sadece öğrenilebilen süreç olduğunu, %40'ı (10 kişi) sadece kişilik özelliği olduğunu, %20'si (5 kişi) kişilik özelliği ve öğrenilebilen süreç olduğunu, %4' (1 kişi) istekle, %4' (1 kişi) kişilik özelliği ve kendini yetiştirme ile gerçekleşebileceğini söylemektedir.

Kadın girişimcilere iş yaşamına giriş nedeni ile ilgili sorular sorulduğunda başlangıçta ekonomik özgürlük, sosyal statü gibi nedenlerden dolayı girişimci olduklarını beyan etseler de mülakatın ilerleyen aşamalarında özellikle çoğunun kişisel özgürlük elde etmek istedikleri saptanmıştır.

Özellikle evli ve çocuklu olan kadın girişimcilerin iş ve aile uyumu konusunda dengeleyici konumda oldukları elde edilen bulgular arasındadır.

Görüşülen kadın girişimcilerin iş yaşamındaki tecrübeleri fazla olmamasına rağmen işlerinde başarılı olma isteği ile belirledikleri hedeflerin büyük olduğu gözlenmiştir. Bu durumu insanlarla iyi iletişim kurabilmelerine, azimli ve sabırlı olmalarına bağlamaktadırlar.

Kadın girişimciler, kadınların çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışılmasının sebebini geleneklere ve eşlerin eğitimsizliğine bağlamaktadırlar.

Kadın girişimciler söz konusu sorunların yanında belli avantajlara da sahip olduklarını söylemişlerdir. Faaliyet gösterilen alanlar kadınları öncelikle ilgilendiriyorsa (kuaför, çeyiz, tekstil, kreş vb.) bu durumda girişimcinin de kadın olmasının talebi arttırıcı bir etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle piyasada tanınmış girişimci eşleri olan kadınlar sektöre kabul edilme süreçlerinin kısaldığını belirtmektedir. Kadın girişimcilerin çoğu çalıştıkları sektörde eğitimlerinin avantajlarını yaşadıklarını söylemektedirler.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimciler yaşadıkları her dönemde toplumun ekonomik yapısına önemli ölçüde katkı sağlamışlardır. Girişimcilik farklı bilimsel araştırmalarda farklı şekillerde tanımlanmış olsa da girişimciliğin temelinde insan faktörünün yer alması değiştirilemez bir gerçektir. Bu gerçeğin ışığı altında insanın yaşadığı toplum yapısı ve kendi karakteristik özellikleri göz önüne alındığında toplumlarda insanlar farklı nedenlerle farklı sektörlerde girişimlerde bulunmaktadır.

Girişimciliğin niteliğinde ve boyutunda bireysel yeteneklerin yanında toplum yapısının da belirleyici olduğu ülkemizde, son yıllarda sanayi ve hizmet sektörünün artmasıyla daha çok çalışan insanlara gerek duyulmuş, toplum yapısı geleneksel yapıdan modern yapıya doğru geçmeye başlamıştır. 1980 yılından itibaren teknolojideki gelişmeler, farklı ekonomik beklentileri de beraberinde getirerek girişimciliğin değer ve hız kazanmasını sağlamıştır.

Günümüzde modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticileri girişimci insanları, esnek, dinamik, risk alabilme yetisine sahip, yaratıcı ve gelişmeye her zaman açık kişiler olarak tanımlamıştır. Bu tanım genel bir tanım olmakla birlikte kadın ve erkek girişimcilerin özelliklerini tam anlamıyla yansıtamamaktadır. Çünkü girişimcilik sürekli değişen, dinamik bir durumdur. Bu değişimler ülkenin ekonomik şartları, sosyo-kültürel faktörleri ve geleneksel toplum yapısıyla yakından ilintilidir.

Toplumun geleneksel yapısının girişimcilik üzerinde etkin olduğu günümüzde modern toplum ve modern işletmecilik anlayışına göre girişimcilikte cinsiyet faktörü karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyet rolleri kadına ve erkeğe toplumda farklı roller yüklemektedir.

Kadınlar, geleneksel toplum yapısında kendilerine yüklenen rollerle sosyal ortamda kendilerini kanıtlayamamaktadırlar. Bu durum kadınların sosyal ve ekonomik yaşam alanlarını kısıtlamaktadır. Toplumdaki rol tanımları kadınların yaşantısında tutumlarını bu yönde sergilemelerine neden olmaktadır.

Ülkemizde sanayileşme ile birlikte modern toplum yapısına geçiş kadınların yavaş yavaş ekonomik ve sosyal alanda aktif olarak yer almasını sağlamıştır. Bu durum çalışma hayatında ve girişimcilikte erkeklerin çoğunlukta ve egemen olduğu toplumumuzda kadınların da yer alabileceğini göstermiştir. Böylece çalışma hayatında cinsiyet kavramı ön plana çıkmaya başlamıştır.

Kadın ve erkek girişimciler arasında pek çok benzer yönler olduğu gibi önemli farklılıklarda vardır. Bu farklılıklar güdülenme, hareket noktaları, fon kaynakları, mesleki geçmiş, kişilik özellikleri, özgeçmiş ve iş tipi gibi noktalarda ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıklar toplumun, kadınlardan ve erkeklerden beklentilerine karşılık üslendikleri sorumluluklardan kaynaklanmaktadır. Üstlenilen sorumluluk kadın ve erkek girişimcileri farklı alanlarda girişimde bulunmaya yöneltmektedir.

Kadın girişimcileri girişimci olma konusunda harekete geçiren özellikler; başarıya ihtiyacı, risk alabilme eğilimi ve bağımsız olma arzusu olarak saptanmıştır. Ancak bu özelliklerin içinde bağımsız olma arzusu en güçlü özelliktir.

Girişimci kadınların kategorisi tanımlanırken, ev içinde üretim yapan kadınların bu tanım içerisine alınıp alınmaması konusunda henüz bir tanımlama yapılmamıştır. Bu sebeple araştırmalar çoğunlukla kadın girişimcileri ev dışı mekanda kendini gerçekleyen kişiler olarak tanımlamaktadır.

Günümüz ülke şartlarında, kadınlar tarım sektöründe ilk statü grubunda, sanayi ve hizmetlerde de ikinci statü grubunda yer almaktadırlar. Araştırmacılar bunun en önemli sebebinin başında, kadının toplumda hali hazırda üretime fiili olarak katılamayacağı ve başarılı olamayacağı düşüncesinde olan insanlardan kaynaklandığını saptamışlardır.

Türkiye’de kadın girişimciliğin boyutları hakkında DİE [Devlet İstatistik Enstitüsü]’nin verilerine göre 1999 yılında Türkiye’deki girişimci kadınların oranı, toplam kendi hesabına çalışanların %9.2’sidir ve erkek girişimciler kadın girişimcilerin 29 katıdır. Bu yüzdede saptamalar olabilir, bunun da sebebi çeşitli nedenlerle kendisine ulaşamayan ve statülerini açıkça ifade edemeyen kadın girişimciler oluşturmaktadır.

Girişimci kadın olmak, kadına diğer çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla zgr hareket etme imkanı vermenin yanında işinde planlar yapma, kaynaklarını optimum kullanma, insanlarla iletişim kurma ve işinde elde ettiği tecrübeleri başka kaynaklara aktarma gibi alanlarda da beceri kazanmasını sağlamaktadır.

Türkiye’de girişimci kadın olmak ise farklı faktörlerin etkisiyle dünya standartlarına bakıldığında çok daha zor olmaktadır. Bu zorluklar kadınların sosyal yükümlülüklerinden, bilgi ve beceri eksikliğinden ve toplumun yaptırımlarından kaynaklanabilmektedir.

Bu tezde; ekonomide girişimciliğin, girişimcilikte cinsiyet faktörünün önemi, kadın girişimcilerin sektörlerdeki durumu ve girişimci olmalarında etkili olan faktörler incelenmiştir.

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin yaşam tarihleri incelemeye alınarak, kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve çalışma hayatıyla birlikte kendilerini etkileyen durumlar araştırılmıştır.

Araştırma kapsamına alınan kadın girişimciler çoğunlukla ‘evcimen’ ve ‘geleneksel’ kadın girişimci tipidir. Bu sonuç, görüşülen kadınların ev ve aile yaşamlarını dengelemede kadınların daha fedakar olmaları gerektiği konusunda yoğunlaşmalarıyla ortaya çıkmıştır. Bu saptamalara, kadınların toplumsal hayattaki yeri eklenerek sorumluluklarının, iş kadını, anne, eş ve ev kadını olma yükümlülükleri ile arttığı ortaya konularak varılmıştır.

Kadın girişimciler yaşadıkları toplumdan etkilenmekle beraber topluma uyum sağlama ve yer edinme konusunda üstün çaba göstermektedirler. Bu çabalar, işinde daha başarılı olma azmi ile bir araya gelince toplumsal ve ekonomik hayata uyum sağlayan kadın girişimcileri ortaya çıkarmaktadır.

Araştırmaya konu olan kadın girişimciler kendilerini girişimci olmaya iten sebepleri sosyal, ekonomik ve kişisel özgürlük olarak sıralamış olsalar da temelinde yatan

sebebin toplumda bir yer edinmek ve topluma kendilerini kadın olarak kanıtlamak olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Amerika ve Avrupa'daki kadın girişimcilerle Türk kadın girişimciler arasında başta toplumsal yapı ve aldıkları eğitim göz önüne alındığında karşılaştıkları zorlukların farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Amerika ve Avrupa'daki kadın girişimcilerin eğitimleri, toplum yapısı ilgi duydukları alanlarda girişimde bulunmaya olanak sağlamaktayken, Türkiye'deki kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun girişimcilikte eğitim yetersizliğinden ve toplumda kadınlara bakış açısından kaynaklanan zorluklar yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Türkiye'deki kadın girişimciler bu zorluklarla mücadele konusunda üstün çaba sarf etmektedirler.

Avrupa ülkelerinde yaşayan Türkler ile Avrupa ülkelerine ihracat yapan tanınmış kadın girişimcilerin de sorunlar yaşadıkları ancak yine de girişimci olmaktan vazgeçmedikleri görülmektedir. Özellikle Avrupa'da yaşayan kadın girişimcilerin buldukları ülke şartlarına adapte olma ve kendilerini azınlık olarak kanıtlama çabası içinde oldukları bu çabalarının karşılığında, azim ve hırsıyla işlerinde lider konuma geldikleri ortaya çıkmaktadır.

1980'li yıllarda yapılan ihracatlara kotalar uygulanırken kadın girişimcilerin yavaş yavaş ortaya çıkması bu kotalarla karşılaşmalarına engel olmamıştır.

Nur Ger hanımın da karşılaştığı bu temel zorlukları aştığı ve kendini 1980'li yıllarda kadın girişimci olarak ispatladığı görülmektedir. 1990'lı yıllardan sonra kotaların kalkmasıyla ihracatta, girişimcilikte önemli ölçüde artış sağlanmış ve kadın girişimciler ticaret hayatında yerlerini daha rahat almaya başlamışlardır.

Günümüzde ise KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), TÜSİAD (Türk Sanayici ve İşadamları Derneği) ve KAGİDER (Kadın Girişimciler Derneği) işbirliği ile yapılan yatırımlar önemli ölçüde desteklenmekte ve girişimcilerin artışı sağlanmaktadır.

1990 yılında kurulmuş olan KOSGEB girişimciliği destekleme alanlarında en yoğun faaliyet gösteren devlet kurumlarının başında yer almaktadır. Özellikle girişimciliği desteklemek ve yapılan girişimlerin uzun ömürlü olması için eğitim ve danışmanlık hizmetleri vermektedir. KAGİDER ise ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını arttırmayı, var olan kadın girişimcileri güçlendirerek ve Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlamayı hedeflemektedir. KAGİDER, kadın girişimci adaylarını idari, mali ve hukuki konularda desteklemeye çalışmaktadır.

Kadın girişimcilerin çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerde, az bir kısmı ise büyük ölçekli ticaret ve hizmet sektöründe yer almaktadır.

Türkiye’de kadın girişimcilerin buldukları sektörlerde daha rahat çalışabilmeleri ve rakipleriyle mücadele edebilmeleri için eğitim ve danışmanlık hizmetleri almaları gerekmektedir. İş yeri açma sırasında genellikle yaşadıkları ortak sorun olan finans bulma konusunda devlet veya bulunduğu sektör yardım sağlayabilmelidir. Kendini yurt dışında da tanıtabilecek kadın girişimcilere kolaylıklar sağlanmalıdır.

Bütün bu faktörlerin bir araya gelmesiyle kadınların ticaret hayatına girmesi daha da kolaylaşacak ve ekonomiye katkıları büyük boyutlara ulaşacaktır.

Kadın girişimcileri girişimci olmaya iten en önemli teşvikin başında, karakterinde bulunan başarıma azmini öğrenme süreciyle pekiştirmeleriyle ortaya çıkan başarılarını her yönden desteklemek gelmelidir.

KAYNAKLAR

ARIKAN, Semra, “Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular”, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2002.

ARAT, Necla, “Türkiye’de Kadın Girişimcilik”, Türkiye Esnaf - Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü (TES-AR)”, TES-AR Yayınları No:7, s.204-212, Ankara, 1993.

CHELL, Elizabeth, Jean HAWORTH, ve Sally BREARLEY, “The Entrepreneurial Personality”, Routledge, s.4, 1991.

CHICKEN, C. John, “Yönetim ve Girişimcilik”, Epsilon, 1. Baskı: Nisan 2002.

DHILLON, P. K., “Women Entrepreneurs-Problems & Prospects, Blaze Publishers & Distributors”, s.86-87, 1993.

DİNÇER, Ömer ve Yahya FİDAN, “İşletme Yönetimine Giriş”, İstanbul:Beta Basım Yayım, , s.30, 1999.

DOLLİNGER, Marc J., “Entrepreneurship”, Second Edition, s.4, 1999.

ERDOĞMUŐ, Nihat, “Kariyer Geliştirme, Kuramlı Uygulama”, Nobel Yayın Dağıtım, s.209, Ankara, Mart 2003.

ERDOĞMUŐ, Nihat, “Aile İşletmeleri: İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi”, İGİAD Yayınları, İstanbul, Şubat 2004.

GOFFEE, Robert ve Richard SCASE, “Kadınlar İş Başında”, Eti kitapları, Ekim 1992.

GÜROL, A., “Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar Beklentiler ve Öneriler”, Atılım üniversitesi Yayını, s.241, 2000.

HISRICH, R. D., “Women Entrepreneurs: Problems and Pre-Scriptions in The Future”, Women-Owned Businesses, Praeger Publishers, 1989.

HISRICH, R. D., a.g.e., s.6, 1989.

HISRICH, R. D., a.g.e., s.13, 1989.

HISRICH, Robert D., Michel P. PETERS, “Entrepreneurship”, Irwin McGrawhill, s.9, 1998.

HOLSTI, O. R., “Content Analysis for The Social Sciences and Humanities, Massachusettes: Addison-Wesley Publishing Company, 1969.

JONES, G. R., Life History Methodology. In G. Morgan, (Ed.), “Beyond Method: Strategies for Social Research”, Beverly Hills, California: Sage Pub., s.152, 1983.

KURATKO, Donald, Richard M. HODGETTS, “Entrepreneurship”, Third Edition, The Dryden Press, s.40-41, 1995.

KURATKO, Donald, Richard M. HODGETTS, a.g.e., s. 6.

LAMBING, Peggy, R. KUEHL, Chars R., “Entrepreneurship”, Second Edition, Prentice Hail, s.15-18, 2000.

MINTZBERG, Henry, “The Nature of Managerial Work”, Invin Mc-GrawHill, 1973.

SEVİNDİ, Nevval, “Girişimci Amazonlar”, Alfa Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti., İstanbul, Ekim 2003.

T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, “Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi”, Ankara, 2000.

WICKHAM, Philip A., “Strategic Entrepreneurship”, Pitman Publishing, s.4, 1998.



MAKALELER

ALADA, A. Dinç, “İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar”, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, No:23-24, Ekim 2000-Mart 2001.

BARON, Robert A., “Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship; Why and When Entrepreneurs Think Differently Than Other People”, Journal of Business Venturing, Vol. 13, s.275, 1998.

BARON, Robert A., “Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs Success”, Current Directions in Psychological Science, Vol. 9, s.15, 2000.

BIRD, B. J., Demographic Approaches to Entrepreneurship: “The Role of Experience and Bank Ground Advances in Entrepreneurship”, Firm Emergence and Growth, 1, JAI Press, s.14, 1993.

BOWEN, D. D. and R. D. HISRICH, “The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective”. The Academy of Management Review, Vol. 11, Iss. 2, s.404, Apr 1986.

BRANDSTATTER, Hermann, “Becoming an Entrepreneur - A Puestion of Personality Structure”, Journal of Economic Psychology, Vol. 18, s.160.

BRAZEA, Deborah V. İ., “The Genesis of Entrepreneurship”, Entrepreneurship: Theory and Practice, Vol. 23, s.29-46, 1999.

CROMIE, S., “Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs”, Journal of Occupational Behavior, Vol. 8, Iss. 3, s.259, Jul 1987.

CARTON, Robert B., Charles W. HOFER ve Michael D. MEEKS; “The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role In Society”, (www.sbaer.uca.edu.jr/Docs/98icsb/)

ÇELEBİ, Nilgün, “Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler”, T.C Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, 1997.

ÇETİNDAMAR, Dilek, “Türkiye’de Girişimcilik”, Yayın No: TÜSİAD-T/2002-12/340, Aralık 2002.

ECEVİT, Yıldız, “Türkiye’de Kadın İş Gücünün Marjinalliği”, Bülten, Türk Demokrasi Vakfı Yayını, Sayı:11, Nisan 1992.

ECEVİT, Yıldız, “Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Bildiriler ve Tartışmalar”, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No:74, Ankara, 25 Mayıs 1993.

FARADAY, A., K. PLUMMER, Doling Life Histories, Sociological Review, 27 (4), s.777, 1979.

GARTNER, W. B., “A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation”. The Academy of Management Review, Vol. 10, Iss. 4, s.703, Oct 1985.

GUNDRY, Lisa K. ve J. R. KTCKUL, “Flights of Imagination: Fostering Creativity Through Experimental Learning”, Simulation and Gaming, Vol. 27, s.344-350, 1996.

KÜMBETOĞLU, Belkıs, “Ev İşçileri ve Yeni Yasal Çerçeve”, Ekonomik Yaşam Dergisi, Cilt10, Sayı 33, s. 27-47, 1999.

MORRIS, M. H., D. L. DAVIS, “Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross-Cultural Comparisons of The Importance of Individualism Versus Collectivist”, Journal of International Business Studies, Vol. 25, Iss. 1, s.65, 1994.

NORRIS, F., J. R. KRUEGER, Michel D. REILLY, Alan L. CARSRUD; “Competing Models of Entrepreneurial Intentions”, Journal of Business Venturing, Vol. 15, Iss. 5-6, s.411, 2000.

ÖZEN KUTANİS, Rana, Serkan BAYRAKTAROĞLU, “Anadolu Sanayiinin Gelişmesinde Kadın Girişimciler”, II. Ulusal Orta Anadolu Kongresi, Niğde, 2002.

ÖZEN KUTANİS, Rana, “Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler”, 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Afyon, 2003.

DİĞER KAYNAKLAR

www.girisimcilik.network.gen.tr

www.eurozaman.com

EKLER

EK-1: SORULAR

1. Kaç yılında iş yerinizi kurdunuz ve sizi girişimci olmaya hangi nedenler yönlendirdi? “Neden kendi işimi kurmuyorum” düşüncesiyle mi yola çıktınız yoksa girişimcilik sizin için ekonomik özgürlük veya kişisel özgürlük mü?
2. Başarılı olma ihtiyacı girişimci ruhunuzu tetikledi mi, yoksa daha çok ekonomik nedenler mi ağır bastı? Yani girişimcilik sizin için sosyal bir statü mü yoksa ekonomik bir statü mü? Neden?
3. Hangi sektör ve neden bu sektörde yer almak istediniz?
4. Finans ve yanınızda çalışan kişileri bulmakta zorlandınız mı? Bu sorunları nasıl hallettiniz? Gelecekteki finans kaynaklarınızı belirlediniz mi?
5. Yanınızda kaç kişi çalışıyor eğitim durumları ve size bakış açıları nasıl?
6. Diğer rakiplerden farkınız nedir?
7. İşle ilgili karşılaştığınız temel sorunlar neler?
8. Piyasadaki hedefleriniz neler? Firma olarak 10 yıl sonra nerede olmayı hedefliyorsunuz?
9. Bulduğunuz sektörde ve sosyal çevrenizde kadın olmanın avantajları ve dezavantajları nelerdir?
10. Bulduğunuz il dışında bir yerde olsaydınız yine girişimci olur muydunuz?
11. Evli/bekar/dul olmanız girişimci olmanızdaki kararınızı ne ölçüde etkiledi?
12. Ailenizden çalıştığınız sektörle ilgili destek alıyor musunuz? Ailenizde girişimci var mı?
13. Aile ve iş yaşamı uyumunda kadınların erkeklere göre daha kabiliyetli oldukları söylenebilir mi?
14. Girişimcilik sizce kişilik özelliği mi yoksa öğrenilebilen bir süreç mi?
15. Eğer daha önce bir çalışma hayatınız olmadıysa, üretimden uzak tutulmaya çalışılan kadınların zorla evde tutulmasının nedeni nedir sizce?
16. Eğitim durumunuz nedir ve yaşıңыз kaçtır?
17. Eğitiminizin çalıştığınız sektördeki avantajları ve dezavantajları nelerdir?

ÖZGEÇMİŞ

1977 yılında Adapazarı'nda doğdu. İlk, orta ve lise tahsilini Adapazarı'nda tamamladı. Liseden 1994 yılında mezun oldu. 1995 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat bölümüne girdi ve 1999 yılında mezun oldu.

2001 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bölümünde yüksek lisansa başladı.

Adapazarı'nda ikamet eden Ayşegül HANCI Karasu Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisidir.

