

**GİRİŞİMCİ KADINLAR VE KARŞILAŞTIKLARI
SORUNLARIN ANALİZİ: TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ**

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL

Doktora Tezi

**Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Aydın GÜREL**

2013

TC.
NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ

GİRİŞİMCİ KADINLAR VE
KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN ANALİZİ:
TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: PROF. DR. AYDIN GÜREL

TEKİRDAĞ - 2013

Her hakkı saklıdır

Prof. Dr. Aydın GÜREL danışmanlığında, Zeynep OYURYÜZ ŞENEL tarafından hazırlanan “Girişimci Kadınlar ve Karşılaştıkları Sorunların Analizi; Tekirdağ İli Örneği” isimli bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı’nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı : Prof. Dr. Aydın GÜREL

İmza :

Üye : Prof. Dr. Aydın ADILOĞLU

İmza :

Üye : Doç. Dr. Okan GAYTANCIOĞLU

İmza :

Üye : Yrd. Doç. Dr. Ehlinaz TORUN

İmza :

Üye : Yrd. Doç. Dr. Harun HURMA

İmza :

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu adına

Prof. Dr. Fatih KONUKCU
Enstitü Müdürü

ÖZET

Doktora Tezi

GİRİŞİMCİ KADINLAR VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN ANALİZİ; TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL

Namık Kemal Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Aydın GÜREL

Yüzyıllar boyunca dünya toplumlarında kadını sosyal ve ekonomik yaşamın yani çalışma yaşamının dışında tutan bir anlayış hüküm sürmüştür. Ancak gelişen teknoloji ve endüstrileşme ile birlikte her geçen gün çalışma hayatına katılan kadın sayısında artış olmaktadır. Ülkemizde halen kadınlarımızın iş sahibi olmalarını engelleyen birçok sorun halledilmeyi beklemektedir. Türkiye’de kadının çalışma yaşamında karşı karşıya bulunduğu sorunların temelinde toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısındaki bazı aksaklıklar yatmaktadır. Bu aksaklıkların çözülmesiyle kadınlarımız çalışma hayatına daha çabuk uyum sağlayıp başarı gösterebileceklerdir. Kadınların ekonomik hayatta erkeklerin yanında yer almalarını sağlayacak politika ve projelere öncelik verilmesi ile onları ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeye önemli katkılar sağlayan potansiyel güç haline getirmek mümkündür.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, Tekirdağ’da girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınların; (a) cinsiyet farklılığından kaynaklanan sorunları; cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı, geleneksel inanç, baskı, duygusallık, zaman darlığı, sosyal pozisyon vb., (b) kişisel özellikler ve iletişim özelliklerinden kaynaklanan sorunları; kadınların kişilik özellikleri, iletişim kanalları, politika ve siyasete katılımları vb. (c) kadın girişimci işletmelerin özelliklerine bağlı sorunları; sermaye temini, kuruluş yöntemleri, pazar durumu, desteklerden yararlanma, iş kurma ve yürütme vb., (d) kadın girişimcilerin köken farklılıklarından kaynaklanan niteliklerini, motivasyon ve başarı faktörlerini değerlendirmek, bölgesel politikalara yön vermek amacı ile kadın girişimciliğinin ekonomik kalkınma ve gelişimde bir fırsat olabilirliğini analiz etmektir.

Teze konu olan araştırma Tekirdağ'da faaliyet gösteren Ticaret ve Sanayi Odaları ve Esnaf ve Sanatkârlar Odalarına bağlı 111 kadın girişimcinin ve işletmelerinin incelenmesinden oluşmaktadır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre; her ne kadar risk alma, çalışkan olma, zeki olma, iletişim becerisine sahip olma ve özgüven sahibi olma kişilik özellikleri başarılı bir kadın girişimcide olması gereken kişilik özellikleri olsa da kadınların kendilerini fedakar, duygusal ve sevecen olarak tanımlamaları, çalışma hayatlarında feminen kişilik özelliklerinin daha ön planda olduğunun göstergesi olarak bulgulanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin cinsiyetlerinden dolayı önemli sayılabilecek düzeyde aile baskısı veya sosyal baskı yaşamadıkları ancak çalışma hayatları boyunca fiziksel ve zihinsel yorgunluk yaşadıkları ve ailelerine yeterince zaman ayıramadıkları tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 67'sinin en az bir yabancı dil bildikleri ancak % 59'unun yurt dışına hiç çıkmadıkları ve % 83'ünün işletmelerinin yerel pazarda faaliyet gösterdiği saptanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 86'sı internet üzerinden araştırma yapmakta, araştırma yaptıkları konuların başında ise % 14 ile eğitimler, kurslar, toplantılar, fuarlar gelmektedir. Kadınların % 66'sı kadın girişimciler için verilen hibe, teşvik, kredi veya desteklerden haberdar oldukları halde % 82 kadının herhangi bir destekten yararlanmadığı bulgulanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 45'i işletmelerini kurma aşamasında aile ve akrabalarından sermaye temin etmiş ve işletme faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları en önemli sorun olarak % 21 ile kira ödemeleri ve % 35 ile ürün/hizmet pazarlama sorunları öncelikli sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Kadın Girişimci, Toplumsal Cinsiyet, Tekirdağ.

ABSTRACT

Ph. D. Thesis

WOMEN ENTREPRENEURS AND ANALYSIS OF THE PROBLEMS FACED BY WOMEN: THE PROVINCE TEKIRDAG SAMPLE

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL

Namik Kemal University

Graduate School of Natural and Applied Sciences

Department of Agricultural Economy

Supervisor: Prof. Dr. Aydın GÜREL

For centuries, woman had been left outside of the societies of the world in social and economic life. However, nowadays developing technology and industrialization had caused an increase in the number of woman participating in work life. In our country, there are still many problems that prevent woman to become business owners. Initially, problems lie in society's economic, social and cultural structure. In order to adapt woman to the working life, troubles ought to be solved. To ensure the economic survival of woman with man, policies and projects should be given priority with the crucial economic, social and cultural development contribution of woman.

In this context, aim of this study is to evaluate and analyze woman's entrepreneurship activities in the province of Tekirdag whom has (a) barriers resulting from differences of gender, the role of gender-based discrimination, traditional beliefs, oppression, sensuality, lack of time, social position, and communication and etc., (b) the problems caused by personal characteristics and communication features; women's personality traits, communication channels, policy, and political participation and etc., (c) the characteristics of enterprises related problems of women entrepreneurs, capital procurement, methods of business organization, operation state of the market, to benefit from the grants and subsidies, business start-up and execution and etc., (d) the entrepreneurial qualities of judges due to differences in origin, motivation and success factors.

The subject of this research is operating due to the Tekirdag Chambers of Commerce and Tekirdag Industry Chambers of Tradesmen and Artisans examination consists of 111 women entrepreneurs and enterprises.

According to women entrepreneurs in Tekirdag successful entrepreneurs have personality traits like; risk-taking, being industrious, intelligent, ability to communicate. But women entrepreneurs describe themselves with feminine personality traits like; devoted, emotional and loving.

Tekirdag women entrepreneurs are not live social or family pressure in their work life. Because of their physical and mental fatigue, they don't have enough time to spend with their families.

Women entrepreneurs in Tekirdag; 67 % of women know at least one foreign language, only 59 % had ever been abroad before and found that 83 % of woman businesses operating in the local markets.

Women entrepreneurs in Tekirdag; 86 % of women doing research on the internet and 14 % of the research topics are; training programs, courses, meetings, trade shows. Even though 66 % of women are aware of the support available to women entrepreneurs but 82 % of women are not utilize any support.

Women entrepreneurs starting business in Tekirdag 45 % women have provided capital from family members or relatives. The most important problems face by women entrepreneurs are; 35 % marketing issues and 21 % lease payments have been identified.

Key words: Entrepreneur, Entrepreneurship, Women Entrepreneurs, Gender, Tekirdag.

2013, 217 pages

TEŞEKKÜR

Esirgeyen ve bağışlayan Allah'ın adıyla...

Tarım Ekonomisi Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak asistanlığını yürüttüğüm ve araştırmalarımın başından bugüne beni yönlendiren danışman hocam Prof. Dr. Aydın GÜREL'e, Tarım Ekonomisi Bölüm Başkanı hocam Prof. Dr. İ. Hakkı İNAN'a ve çalışmalarım boyunca desteklerini esirgemeyen öğretim üyesi hocalarıma teőekkürlerimi bir borç bilirim.

Beni böylesine önemli bir konunun hazırlanmasında teşvik eden, zor zamanlarımda yanımda olan, her türlü desteği ve fedakârlığı ile beni motive eden, başarıya yönlendiren, ilham veren canım annem Zeliha KAYIŐOđLU'na, çalışmalarımda beni sonuna kadar destekleyen eşim Ercüment ŞENEL'e, aileme ve birbirinden değerli arkadaşlarıma teőekkürlerimi bir borç bilirim.

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ABİGEM	: Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi
AR-GE	: Araştırma Geliştirme
DAP	: Doğu Anadolu Projesi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EBSO	: Ege Bölgesi Sanayi Odası
GAP	: Güneydoğu Anadolu Projesi
GİDEM	: Girişimleri Destekleme ve Yönlendirme Merkezi
İŞGEM	: İş Geliştirme Merkezi
İŞKUR	: İş Kurumu
KADAV	: Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KAGİDER	: Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	: Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
KGF	: Kredi Garanti Fonu
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSSGM	: Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü
MEM	: Mesleki Eğitim Merkezi
METEM	: Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
ÖSDP	: Özelleştirme Sosyal Destek Projesi
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TCK	: Türk Ceza Kanunu
TEPAV	: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TESK	: Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSO	: Ticaret ve Sanayi Odası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	iii
TEŞEKKÜR.....	v
KISALTMALAR DİZİNİ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	Vii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xi
GRAFİKLER DİZİNİ.....	xii
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	xiii
1. GİRİŞ.....	1
2. KAYNAK ÖZETLERİ.....	3
2.1. Türkçe Kaynaklar.....	3
2.2. Yabancı Dilde Kaynaklar.....	15
3. MATERYAL ve YÖNTEM.....	19
3.1. Materyal.....	19
3.2. Yöntem.....	20
3.2.1. Örnekleme ve veri toplama yöntemleri.....	20
3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntemler.....	26
3.2.3. Anket formunun güvenilirlik analizleri.....	28
4. GENEL BİLGİLER.....	30
4.1. Girişimcilikle İlgili Temel Bilgiler.....	30
4.1.1. Girişim (teşebbüs) kavramı.....	30
4.1.2. Girişimci kavramı.....	31
4.1.3. Girişimcilik kavramı.....	32
4.1.4. Girişimcilerin temel özellikleri.....	33
4.1.5. Girişimciliğin nedenleri.....	35
4.1.6. Girişimcilik türleri.....	36
4.1.6.1. Klasik anlamda girişimcilik.....	38
4.1.6.2. Küresel anlamda girişimcilik.....	39
4.1.6.3. Güncel anlamda girişimcilik.....	40
4.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	40
4.2.1. Dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimi.....	40
4.2.2. Türkiyede girişimciliğin tarihsel gelişimi.....	42
4.2.2.1. Ahilik Teşkilatı.....	42
4.2.2.2. Bacıyan-ı Rum.....	43
4.2.2.3. Üretim alanında kadınlar.....	44
4.2.2.4. Ticari faaliyetlerde kadınlar.....	46
4.2.2.5. II. Meşrutiyet'ten sonra kadın girişimciliğine örnekler.....	46
4.2.2.6. Cumhuriyet döneminde girişimcilik.....	49

4.3. Türkiye'de Kadın Girişimciliği.....	54
4.3.1. Kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılması.....	59
4.3.2. Kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar.....	63
4.3.2.1. Kamu kuruluşları.....	63
4.3.2.2. Sivil toplum kuruluşları (STK).....	67
4.3.2.3. Özel kuruluşlar.....	72
5. ARAŞTIRMA BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	74
5.1. Tekirdağ İlinin Coğrafi Altyapı Göstergeleri.....	74
5.1.1. Karayolu bağlantısı.....	75
5.1.2. Liman bağlantısı.....	76
5.1.3. Havayolu bağlantısı.....	77
5.1.4. Demiryolu bağlantısı.....	77
5.2. Tekirdağ İlinin Sosyal Göstergeleri.....	78
5.2.1. Nüfus yapısı.....	78
5.2.2. Eğitim yapısı.....	81
5.2.3. Göç yapısı.....	85
5.3. Tekirdağ İlinin Ekonomik Göstergeleri.....	86
5.3.1. Girişimcilik durumu.....	87
5.3.2. Meslek gruplarının dağılımı ve istihdam durumu.....	88
5.3.3. Sanayinin sektörel yapısı.....	91
5.3.4. İhracat durumu.....	93
5.3.5. İthalat durumu.....	94
5.3.6. Organize sanayi bölgeleri ve serbest bölgeler.....	95
6. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	97
6.1. Demografik Özellikler.....	97
6.1.1. Yaş.....	97
6.1.2. Doğum yeri.....	99
6.1.3. Bölgelere göre doğum yeri.....	100
6.1.4. Yaşadıkları yerler.....	102
6.1.5. Hissettikleri köken.....	103
6.1.6. Medeni hal.....	104
6.1.7. Çocuk sayısı.....	106
6.1.8. Yabancı dil.....	108
6.1.9. Eğitim.....	109
6.1.10. Eğitim düzeyinin bölgelere dağılımı.....	110
6.1.11. Mesleki eğitim.....	112
6.1.12. Mesleki eğitime bakış.....	113
6.1.13. Eğitimlerin girişimcilik özelliklerini geliştirme düzeyleri.....	115
6.2. Kişisel Özellikler.....	117
6.2.1. Kişilik özellikleri.....	118
6.2.2. Kişilik özellikleri faktör analizi.....	121
6.2.3. Başarılı girişimcilik için sahip olunması gereken kişisel özellikler.....	124
6.2.4. Başarılı girişimcilik için sahip olunması gereken kişisel özellikler faktör analizi.....	128
6.2.5. Ebeveynlerin girişim tecrübeleri.....	132

6.3. İletişim Özellikleri.....	134
6.3.1. İngilizce bilen kadınların meslek odalarına göre dağılımı.....	134
6.3.2. Yurt dışı seyahat.....	136
6.3.3. İnternet kullanımı.....	138
6.3.4. İnternet üzerinden araştırma yapılan konular.....	138
6.3.5. Desteklerden haberdar olma	140
6.3.6. Politikayla ilgilenme.....	141
6.3.7. Siyasete katılım	141
6.3.8. Siyasi partiye üye olma.....	142
6.3.9. Siyasi parti yönetiminde yer alma.....	143
6.4. İşletme Özellikleri.....	143
6.4.1. Sermaye temini.....	144
6.4.2. Aile ve akrabalarından sermaye temini.....	147
6.4.3. İşletme yapısı.....	149
6.4.4. Kuruluş yılı.....	151
6.4.5. Kuruluş yöntemleri.....	152
6.4.6. Çalışan sayısı.....	154
6.4.7. Pazar durumu.....	155
6.4.8. Aylık gelir.....	157
6.3.9. Bilgisayar kullanımı.....	158
6.4.10. Web sitesi	159
6.4.11. Desteklerden yararlanma	160
6.4.12. İşletme ile ilgili gelecek planlarının önem dereceleri.....	161
6.4.13. İşletmelerini kurma aşamasında karşılaştıkları sorunların önem dereceleri.....	162
6.4.14. İşletme faaliyetlerini yürütürken karşılaştıkları sorunların önem dereceleri.....	163
6.4.15. İşletme faaliyetlerini yürütürken karşılaşılan sorunların faktör analizi	164
6.5. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler.....	166
6.5.1. Girişimciliğe başlama nedenleri.....	166
6.5.2. Girişimci olmanın avantajları.....	169
6.5.3. Mevcut girişimden memnun olma.....	171
6.5.4. Mevcut girişim yerine yapmayı düşündükleri işler.....	172
6.5.5. Tekirdağ'da girişimci olmanın dezavantaj olarak değerlendirilmesi.....	173
6.5.6. Tekirdağ'da girişimci olmanın dezavantajları.....	174
6.6. Toplumsal Cinsiyet Özellikleri.....	175
6.6.1. İş ve aile kıyaslaması.....	175
6.6.2. Ev işleri ve çocuk bakımı.....	176
6.6.3. Ebeveynlerle ikamet.....	178
6.6.4. Günlük çalışma saati ve karşılaşılan sorunlar.....	179
6.6.5. Çalışma hayatı boyunca karşılaşılan sorunların zorluk dereceleri.....	180
6.7. Ek Bilgiler.....	183
6.7.1. Kadınların bölgelere göre girişimcilik faaliyetlerinde bulunulan ilçeler.....	183
6.7.2. Kadınların bölgelere göre girişimcilik faaliyetlerinde bulunulan sektörler.....	186
6.7.3. Kadınların bölgelere göre işletmelerinin kayıtlı olduğu meslek odaları.....	188
6.7.4. Kadınların bölgelere göre girişimcilik faal. buldukları işletme yapıları.....	190

7. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	192
KAYNAKLAR.....	205
ÖZGEÇMİŞ.....	217

ŒEKİLLER DİZİNİ

Œekil 5.1. Tekirdağ İli ve İlçeleri Haritası.....	75
Œekil 5.2. Tekirdağ İli Karayolları Haritası.....	76
Œekil.5.3. Tekirdağ İli Deniz Taşımacılığı Haritası.....	76
Œekil 5.4. Tekirdağ İli Demiryolları Haritası.....	77
Œekil 5.5. TŒrkiye Girişimcilik Haritası.....	88

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 5.1. İl Nüfusunun Yaş Dağılımı.....	79
Grafik 5.2. İldeki Kent ve Kır Nüfusun Dağılımı.....	80
Grafik 5.3. İlin Mevcut Eğitim Yapısı.....	81
Grafik 5.4. İlin Cinsiyete Göre Eğitim Durumu.....	82
Grafik 5.5. İldeki Eğitim Durumlarına Göre İstihdam Oranları.....	82
Grafik 5.6. İlin Göç İstatistiklerine Göre Eğitim Durumu.....	86

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 3.1. Ticaret ve Sanayi Odaları ve İşletme Sayıları.....	20
Çizelge 3.2. Ticaret ve Sanayi Odalarına Bağlı İşletmelerin Mesleklere Dağılımı.....	21
Çizelge 3.3. Esnaf ve Sanatkar Odalarının İlçelere Dağılımı	23
Çizelge 3.4. İşletmelerin Meslek Odaları ve İlçelere Dağılımı.....	25
Çizelge 3.5. İşletmelerin Meslek Gruplarına Dağılımı.....	26
Çizelge 3.6. Esnaf ve Sanatkarlar Oda Yetkilileri ile Görüşme Detayları.....	27
Çizelge 3.7. Alfa Katsayısının Güvenirliği.....	29
Çizelge 3.8. Uygulanan Anketin Güvenirlilik Analizi.....	29
Çizelge 4.1. Türkiye'deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayıları.....	58
Çizelge 4.2. Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.....	60
Çizelge 4.3. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar.....	61
Çizelge 5.1. Türkiye ve Tekirdağ İli Karayolları (km).....	75
Çizelge 5.2. İlçe Merkezi ile Belde ve Köylerin Cinsiyete Göre Nüfus Dağılımı.....	79
Çizelge 5.3. Mesleki Eğitim Kurumu Sayıları.....	83
Çizelge 5.4. Mesleki Eğitim Kursları ve Öğrenci Sayıları.....	83
Çizelge 5.5. Halk Eğitim Merkezlerinin Kurs ve Katılımcı Sayıları.....	84
Çizelge 5.6. İŞKUR Trafından Verilen Mesleki Eğitim Kurs ve Katılımcı Sayıları.....	85
Çizelge 5.7. Göç Yapısı ve Net Göç Hızı.....	86
Çizelge 5.8. Meslek Gruplarına Göre İşletme Sayıları ve İstihdam Dağılımları.....	89
Çizelge 5.9. Meslek Gruplarına Göre İşletme Sayıları ve İstihdam Sayıları.....	90
Çizelge 5.10. İlçeler Bazında Meslek Gruplarına Göre İşletme ve İstihdam Sayıları.....	90
Çizelge 5.11. İşletme Sayıları.....	91
Çizelge 5.12. İlin Türkiye İthalatındaki Yeri.....	94
Çizelge 5.13. İlin Türkiye İhracatındaki Yeri.....	94
Çizelge 6.1. Yaş Dağılımı	97
Çizelge 6.2. Doğum Yeri	99
Çizelge 6.3. Kadınların Geldikleri Bölgelerin Dağılımı.....	102
Çizelge 6.4. Hayatı Nerede Geçti.....	103
Çizelge 6.5. Hissedilen Köken.....	104
Çizelge 6.6. Kadınların Medeni Hali	105
Çizelge 6.7. Çocuk Sayısı	107
Çizelge 6.8. Yabancı Dil Bilgisi.....	108
Çizelge 6.9. Eğitim Durumu	109
Çizelge 6.10. Eğitim Düzeylerinin Bölgelere Dağılımı.....	111
Çizelge 6.11. Mesleki Eğitim Durumu.....	113
Çizelge 6.12. Mesleki Eğitime Bakış.....	114
Çizelge 6.13. Eğitimin Girişimcilik Özelliklerini Geliştirme Düzeyi.....	116
Çizelge 6.14. Kişilik Özellikleri.....	119
Çizelge 6.15. Kişilik Özellikleri Faktör Analizi	122
Çizelge 6.16. Başarılı Girişimcilik İçin Sahip Olması Gereken Kişisel Özellikler.....	126
Çizelge 6.17. Başarılı Girişimcilik İçin Sahip Olunması Gereken K. Öz. Faktör Analizi...	130

Çizelge 6.18. Ebeveynlerin Girişim Tecrübeleri.....	133
Çizelge 6.19. İngilizce Bilen Kadınların Meslek Odalarına Göre Dağılımı.....	135
Çizelge 6.20. Yurt Dışı Seyahat Durumu.....	136
Çizelge 6.21. İnternet Kullanımı.....	138
Çizelge 6.22. İnternet Üzerinden Araştırma Yapılan Konular.....	139
Çizelge 6.23. Desteklerden Haberdar Olma Durumu.....	140
Çizelge 6.24. Politikayla İlgilenen Girişimci Kadınların Dağılımı.....	141
Çizelge 6.25. Siyasete Katılımı Olan Girişimci Kadınların Dağılımı.....	142
Çizelge 6.26. Herhangi Bir Siyasi Partiye Üye Olma Durumu.....	142
Çizelge 6.27. Siyasi Parti Yönetiminde Yer Alan Girişimci Kadınların Dağılımı.....	143
Çizelge 6.28. İşletme Kurma Aşamasında Sermaye Temin Kanalları.....	146
Çizelge 6.29 Aile ve Akrabalardan Sermaye Temininde Zorlanma Durumu.....	148
Çizelge 6.30. İşletmelerin Yapısı.....	150
Çizelge 6.31. Kadınların İşe Başlama Yılı Dağılımı.....	151
Çizelge 6.32. Kadınların İşletmelerini Kuruş Yöntemleri.....	153
Çizelge 6.33. Kadın İşletmelerin Çalışan Sayısı.....	154
Çizelge 6.34. Kadın İşletmelerin Pazar Durumu.....	156
Çizelge 6.35. Kadınların Ortalama Aylık Gelir Dağılımları.....	157
Çizelge 6.36. İşletmelerde Bilgisayar Kullanımı.....	159
Çizelge 6.37. İşletmelerin Web Sitesi Varlığı.....	159
Çizelge 6.38. Desteklerden Yararlanma Durumu.....	160
Çizelge 6.39. İşletme İle İlgili Gelecek Planların Önem Dereceleri.....	161
Çizelge 6.40. İş Kurma Aşamasında Karşılaşılan Sorunların Zorluk Dereceleri.....	162
Çizelge 6.41. İşi Yürütürken Karşılaşılan Sorunların Zorluk Dereceleri.....	164
Çizelge 6.42. İşi Yürütürken Karşılaştıkları Sorunların Faktör Analizi Sonuçları.....	165
Çizelge 6.43. Girişimciliğe Başlama Nedenleri.....	167
Çizelge 6.44. Girişimci Olmanın Avantajları.....	170
Çizelge 6.45. Mevcut Girişimden Memnun Olma.....	171
Çizelge 6.46. Mevcut Girişim Yerine Yapmayı Düşündükleri İşler.....	173
Çizelge 6.47. Tekirdağ'da Girişimci Olmanın Dezavantaj Olarak Değerlendirilmesi.....	173
Çizelge 6.48. Tekirdağ'da Girişimci Olmanın Dezavantajları.....	174
Çizelge 6.49. İş Aile Kıyaslaması.....	175
Çizelge 6.50. Ev İşleri ve Çocuk Bakımı.....	177
Çizelge 6.51. Ebeveynlerle İkamet Durumu.....	179
Çizelge 6.52. Kadınların Günde Kaç Saat Çalıştıklarını Gösteren Dağılım.....	180
Çizelge 6.53. Çalışma Hayatları Boyunca Karşılaştıkları Sorunların Zorluk Dereceleri.....	181
Çizelge 6.54. Kadınların Geldikleri Bölgelere Göre Girişimcilik Faaliyetlerinde Buldukları İlçelerin Dağılımı.....	185
Çizelge 6.55. Kadınların Geldikleri Bölgeler Göre Girişimcilik Faaliyetlerinde Buldukları Sektörlerin Dağılımı.....	187
Çizelge 6.56. Girişimci Kadınların Geldikleri Bölgelere Göre Kayıtlı Oldukları Meslek Odalarının Dağılımı.....	189
Çizelge 6.57. Girişimci Kadınların Geldikleri Bölgelere Göre İşletme statülerinin Dağılımı.....	191

1. GİRİŞ

Son yıllarda dünyada ve ülkemizde büyük bir mücadele içinde olan kadınlar iş yaşamında güçlerini gün geçtikçe göstermektedirler. Girişimci kadınlar sahip oldukları yetenek ve beceriyi kullanabilme, kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma, esnek çalışma saatleri gibi sebeplerden dolayı kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler. Sosyo-kültürel alt yapıdaki değişmelerin kadını çalışma yaşamına itmesi, öğrenim düzeylerinin yükselmesi, özel sektörün çalışma şartları, ücretli ve maaşlı çalışma yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak kendi işinin patronu olma duygusu kadınlara ait girişimlerin giderek çoğalmasına etken olmuştur (Şekerler 2006).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin özendirilmesine özel bir önem verilmektedir. Avrupa Birliği'nde rekabet gücünün artırılması ve girişimcililiğin özendirilmesi amacıyla Türkiye'yi destekleme programları geliştirilmiştir. Aynı şekilde Türkiye'de de son yıllarda girişimcilik kültürünün bireysel bazda ve kurumsal ölçekte geliştiği, yaygınlaştığı ve teşvik edildiği bilinmektedir. Teknolojik gelişmeler ve ekonomik beklentiler sayesinde girişimciliğin daha da güç kazandığı, özellikle 1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışının erkekler kadar kadınların da ilgi alanı içerisine girdiği görülmektedir. Son yıllarda dünyada çalışanların demografik yapısında görülen değişiklikler ile işgücüne katılan kadınlar çoğalmış, çalışan karı-koca sayısında yükselme meydana gelmiş ve ailenin geçimini tek başına sağlayan anneler daha sık görülmeye başlanmıştır.

Dünya Ekonomik Forumu 2012 Küresel Cinsiyet Uçurumu raporuna göre ise; Türkiye dünya nüfusunun % 90'ını temsil eden 135 ülke arasında ekonomik katılım ve fırsat kategorisinde 129, tüm kategorilerin toplamında ise 124. sırada bulunmaktadır. TÜİK tarafından yayımlanan Aralık 2012 araştırma sonuçlarına göre erkeklerin iş gücüne katılım oranı % 70,9 iken kadınlarda bu oran % 29,6 seviyesindedir. Uluslararası rakamlara bakıldığında, kayıtlı ekonomi içindeki şirketlerin % 25-33'ünün sahiplerinin kadın olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye açısından değerlendirildiğinde ise; 1995-2009 arasındaki dönemde kadınların kırsal alanda işgücüne katılım oranı, % 49,3'ten % 35,7'ye düşerken, kentlerde % 17,1'den % 21,3'e çıkmıştır. Yani çalışmak isteyen kadın sayısının özellikle kentlerde görece olarak hızla arttığı söylenebilir. Bu durum, kadınların tarımsal faaliyetlerden

çok ticari ve ekonomik alanda daha bilinçli girişimcilik faaliyetlerine yöneldiğini göstermesi açısından önemli olarak değerlendirilmektedir (Soysal 2010b). Türkiye toplam nüfusunun 74 milyonu geçtiği günümüzde toplam girişimci sayısı 1.7 milyon civarındadır. Ülkemizde cinsiyete göre işveren olarak çalışanların dağılımı incelendiğinde; girişimci nüfusun yaklaşık % 93'ü kısmı erkek işletme sahiplerinden % 7'si ise kadın işletme sahiplerinden oluşmaktadır (Anonim 2013a). İş ve siyaset dünyasında gerek ülkemizde gerekse dünyada erkeklerin egemen olduğu bilinen bir gerçekliktir. Bunun en önemli nedeni olarak “erkeğin başarılı olmaya odaklanması ve buna göre programlanması” şeklindeki görüşler hâkimdir. Fakat bu durumun gün geçtikçe değişim gösterdiği ve kadınların da yeni fikirlere açık ve kendi birikim ve yeteneklerini maddi kazanca dönüştürmeye eğilimli oldukları profesyonel kadın çalışanlar arasında kabul edilen bir görüş haline dönüşmüştür. Ekonomik ihtiyaçlar kadın girişimcilerin kararlarında etkili olurken, kendi işyerine sahip olma güdüsü ve çeşitli nedenlerden dolayı ücret ve maaş karşılığı çalışmak istememe kadın girişimcileri harekete geçiren önemli faktörler arasında sayılabilir. Ekonomik, sosyal ve psikolojik risk almayı ve çok uzun saatler çalışmayı gerektirmesine karşın, ekonomik bağımsızlık arzusu kadınları kendi işlerini kurmaya yöneltmektedir.

Bir ülkede emek, sermaye, doğa gibi üretim faktörleri nasıl sınırlı ve kıt ise, sanayileşme ile birlikte üretim faktörü niteliği kazanan “girişimci” faktörü de kıt ve sınırlı bulunmaktadır. Yani üreten, bağımsız çalışma isteği olan, yenilikçi, gelişime açık olan gibi girişimci yeteneğine sahip nüfus azdır. Nüfusun % 50'sini oluşturan kadınlar içinde de bu kıt kaynağa rastlamak mümkündür. Ülkemizde de kadın girişimcilerin sayısı gün geçtikçe artmasına rağmen diğer gelişmiş ülkelerdeki düzey henüz yakalanamamıştır. Kendi hesabına çalışan kadınlar toplam kadın istihdamının sadece % 9'nu oluştururken, kendi hesabına çalışan erkekler toplam erkek istihdamının % 32'sini oluşturmaktadır. Bu sonuçlara göre Türkiye'nin toplumsal yapısı, kadınların karşılaştıkları sorunlar ve engeller nedeniyle kadınların girişimci olmadıkları ya da girişimlerini kurduktan sonra devamlılığını sağlayamadıklarını göstermektedir. Tekirdağ İlindeki kadınların ekonomik hayata katılım oranları dikkate alındığında, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların sonuçları olarak kadın girişimciliğini hangi faktörlerin engellediği ya da girişimciliği bekleyen fırsatların neler olduğunu anlamak bakımından araştırma önem arz etmektedir. Bu bağlamdan potansiyel yeteneklerin ortaya çıkarılması için özellikleri ve sorunları farklı olan kadın girişimcilerin desteklenmeleri, teşvik edilmeleri ve yönlendirilmeleri gerekmektedir.

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Bilgilerin toplanması sırasında konu ile ilgili Türkçe ve yabancı dillerde yazılmış pek çok esere ulaşma imkânı bulunmuştur. Bu eserlerden bazıları kâğıda basılmış; kitap, dergi, broşür, bülten vb. şeklinde, bazıları da internet üzerinden ulaşılabilen, manyetik ortamlara kayıt edilmiş e-kitap ve e-dergi şeklindeki kaynaklardan oluşmaktadır. Araştırmada elektronik ortamda yayınlanmış gazete ve makalelerden de yararlanılmıştır.

2.1. Türkçe Kaynaklar

Söz konusu yazılmış Türkçe kaynaklar tarih sırasına göre aşağıdaki gibi düzenlenmiştir.

Sayın (2011). “Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi” isimli araştırmada; toplumumuzun yarısını oluşturan kadınlar üzerine yapılacak iş analizlerinin kadınların gelecek hayatlarında uygulanacak düzenlemeler için önemi vurgulanmıştır. Bu çalışmada, Aydın ilindeki kadın girişimcilerin iş hayatındaki ve toplumdaki sorunları, erkek girişimcilerle karşılaştırılmaları, Aydın İş Kadınları Derneğinin ne kadar tanındığı ve kadın girişimcileri desteklemek için yaptıkları faaliyetler analiz edilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında, Aydın ilindeki kadın girişimcilere anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışması sonunda kadın girişimcilere, çevreye, Aydın İş kadınları Derneğine, mikro ve makro seviyedeki sorunlara ilişkin betimleyici istatistik sonuçları sunulmuştur. Çalışmanın sonuç kısmında ise istatistik sonuçlara karşılık olarak, kadın girişimcilerin sorunları tespit edilmiş ve gelecekteki olası iyileşmeler için bazı öneriler sunulmuştur.

Işık ve ark. (2011). “İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü” isimli çalışmada; yönetilen ekonomi ile girişimci ekonomi yapıları karşılaştırılmış, girişimciliği ölçmede kullanılan mevcut yöntemler ve göstergeler tanıtılmış ve bu göstergelere göre girişimcilik faaliyeti ile iktisadi büyüme arasındaki nedensellik irdelenmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de girişimciliğin yeni fırsatları sezme sonucu değil, zorunluluktan, daha iyi bir seçenek olmamasından kaynaklandığına işaret edilmiştir. Sonuç olarak bilgi temelli ekonomiye geçiş

için gerekli altyapı hazırlanır ve fırsatçı girişimciliğin önünü açacak mikro reformlar yapılırsa iktisadi büyümeyi artırıcı girişimcilik faaliyetlerinin artacağı vurgulanmıştır.

Türkkahraman ve Şahin (2010). “Kadın ve Kariyer” adlı çalışmada; geleneksel açıdan kadınların kariyer yapmalarının önünde bazı engeller bulunduğu ancak günümüzde bu engellerin çağın koşulları, hukuksal açıdan yapılan düzenlemeler ve kadınların kendilerini yetiştirmeleri ile büyük oranda aşılmaya başlandığı belirtilmektedir. Bu bağlamda iş hayatının tüm cephelerinde etkinliğini sürdüren kadının önünde kariyer engeli olarak cam tavan tabir edilen görünmeyen engellerin bulunduğu ve bu engellerin de kadınların iş yaşamında daha fazla yer alması, toplumdaki kadın imajının değişmesi ile ortadan kalkmaya başladığı görüşüne yer verilmiştir.

Özdemir (2010). “Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir’de Bir Araştırma” adlı makalede; kadınların motivasyon faktörleriyle girişimci olma isteklerinin nasıl şekillendiği araştırılmıştır. Bu bağlamda kadınların kişilik algılarının girişimcide olması gereken kişilik özellikleriyle paralellik gösterdiği ve sosyal ağlarının güçlü bağlardan oluştuğu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulguların girişimciliği destekleyen birçok özel, kamu ve sivil örgütlerinin politika ve programlarına yeni bir bakış açısı getireceği düşünülmektedir.

Soysal (2010a). “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma” isimli makalede; erkek egemen iş yaşamında girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların a) demografik özellikleri, b) kişisel özellikleri ve c) yaşadıkları sorunları belirlemek, bu çerçevede girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak olan kadınların daha az hata yapmalarına katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu kapsamda kadın girişimcilerin kişilik yapıları, yaşadıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler sunulmuş ve iş hayatına atılacak kadınlar için bir takım stratejiler ve politikalar açıklanmıştır. Bu bağlamda araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin iş kuracak kadın girişimcilere önerileri ise sırasıyla; ideal oldukları işi yapmaları, yapacakları işin eğitimini almaları, yeteneklerine uygun işi yapmaları, ticareti öğrendikten sonra işe başlamaları, piyasayı araştırmaları, dürüst olmaları, kendilerini geliştirmeleri, sabırlı olmaları, girişimci olmaları ve özgüven sahibi olmaları olarak sayılabilir.

Soysal (2010b). “Türkiye’de Kadın Girişimciler; Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme” isimli orijinal çalışmada; kadınların ekonomik hayatta erkeklerin yanında yer almalarını sağlayacak politikalara ve projelere öncelik verilmesi ile onları ekonomik ve sosyal gelişmeye önemli katkılar sağlayan potansiyel güç haline getirmek için yapılması gerekenler belirtilmiştir. Çalışma sonucuna göre girişimcilik faaliyeti ile kadın, bir taraftan maddi ve manevi kazanımlar elde ederken, diğer taraftan bağımsızlık, finansal fırsatlar, toplumsal hizmet, iş güvenliği, aile istihdamı ve meydan okuyuculuk gibi özellikler ile de cinsiyet ayrımcılığına yönelik yargıları kadınlar lehine çevirebilme fırsatını da elde etmiş olmaktadır. Bu kapsamda ekonomik hayatta girişimci olarak önemli roller oynayan kadının; işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir.

Ersoy (2010). “Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi” isimli makalede; ekonominin ve ekonomik kalkınmanın en önemli unsurlarından olan girişimcilik tercihlerinde yaşanan bölge ve sosyo-kültürel ortamın etkisi araştırılmıştır. Araştırmaya konu olan sosyal alan üniversite son sınıf öğrencileri ile sınırlı tutulmuş, bu sayede eğitimin sosyo-kültürel çevreye etkisi de değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda taşradaki sosyal yapının şehir merkezlerine oranla daha güçlü olması nedeni ile sosyal yapının ve dini inançların girişimcilik tercihlerinde daha etkin olduğu görülmüştür. Ayrıca ankete katılanların büyük çoğunluğuna göre, eğitimin kişilerin ufkunu açacağı ve girişimcilik tercihlerini daha farklı boyutlara taşıyarak daha yenilikçi, daha rekabetçi ve daha bilgiye dayalı alanlara doğru yönelteceği sonucuna varılmıştır.

Paksoy ve Aydoğdu (2010). “Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi; GAP-GİDEM Örnekleri” isimli çalışmada; GAP VE DAP gibi projelerle kalkındırılmaya çalışılan bölgelerimizde, aynı zamanda girişimciliğin de geliştirilmesinin gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bölgesel olarak girişimcilik kültürünü aşılama çalışmalarının önemi ve GAP-GİDEM’in bölgede yaptığı girişimcilik faaliyetleri irdelenmiştir. Bölgesel kalkınmada, kalkınmanın kilit noktası olan beşeri sermayenin yani insan faktörünün eğitimi, yönlendirilmesi ve desteklenmesi faaliyetlerinin önemli olduğuna değinilmiştir. Kalkınmada belirlenen hedeflerin zamanında yakalanabilmesi için, kalkınmaya kaynaklık edecek olan sosyal, ekonomik ve beşeri sermayenin güçlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Demircioğlu (2010). “Eskişehir’de Kadın Girişimciliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma” isimli yüksek lisans tezinde; Eskiřehirdeki kadın girişimcilerin girişimciliği; düşük eğitimi ve başka bir meslek sahibi olamamış insanlar tarafından yapılan bir iş olarak górdükleri belirtilmiştir. Bu nedenle kadınların yapacakları girişimcilik faaliyetleri ile toplumsal konumlarında ciddi bir değişiklik yaratamayacaklarını düşündükleri tespit edilmiştir. Ayrıca kadın girişimcilerin hem işlerini kurma hem de yürütme aşamasında toplumsal cinsiyetle bağlantılı olarak sermaye temini, aile-iş çatışması, bürokratik işlemler, tecrübesizlik gibi çeşitli sorunlarla karşı karşıya kaldıkları ifade edilmiştir.

Başol (2010). “Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği” adlı yüksek lisans tezi; Bursa ilinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletme sahibi toplam 106 kadın ve erkek girişimcinin incelenmesinden oluşmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre; kadın girişimcilerin kendi işletmelerini kurmaya iten motivasyon unsuru, kendi işlerinin patronu olmak ve esnek çalışma saatlerinden faydalanmak olurken erkek girişimciler için kendi işlerinin patronu olmak, yeteneklerini serbestçe kullanmak ve para kazanmak şeklinde sıralanmaktadır.

Yılmaz ve ark. (2009). “Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Görüşleri” isimli araştırma, Hacettepe Üniversitesi’nde lisans öğrenimine devam eden son sınıf öğrencilerinin çalışma yaşamı, toplumsal yaşam, evlilik ve aile yaşamı ile ilgili toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada çalışma yaşamı ve evlilik yaşamı ile ilgili alanlarda erkeklerin daha geleneksel görüşlere sahip oldukları, toplumsal yaşam ve aile yaşamı ile ilgili önermelerde ise kız ve erkek öğrencilerin eşitlikçi görüşlere sahip oldukları belirlenmiştir. Üniversite eğitiminde toplumsal cinsiyet bakış açısına yönelik hala geleneksel görüşlere sahip olan öğrencilerin olması, aydın bireyler yetiştirmeyi hedefleyen üniversite eğitiminin bu hedefini tam anlamıyla gerçekeştiremediği ve öğrencilere temel mesleki bilginin yanı sıra toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda da duyarlılık kazandırılması gereği belirtilmiştir.

Aslan (2009). “Türkiye’de Büyüme Odaklı ve Yenilikçi Bir Girişimcilik Politika Çerçevesi Geliştirme ve Politika Açıklarının Belirlenmesi” adlı yüksek lisans tez çalışmasında; girişimcilik politikalarını girişimcilik eğitimi, girişimciliğin teşviki, yeni girişimler için ortam sağlanması, yeni girişim ve tohum sermaye sağlanması, yeni

girişimcilere iş destek yöntemleri şeklindeki var olan sınıflandırmalar kullanılmıştır. Bu bağlamda Türkiye'nin küresel dünyada büyüme odaklı ve yenilikçi bir girişimcilik politikasına sahip olması için izlemesi gereken yol haritasının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede girişimcilik faaliyetlerini artırmak için hükümetlerce nasıl bir girişimcilik politikası çerçevesinin oluşturulması gerektiği sorusuna cevap aranmaktadır. Çalışmada, Türkiye'nin girişimcilik politikası alanında birçok açıklarının olduğu saptanmış, özellikle girişimcilik politikalarının finansman ve vergileme konularındaki zorlukların giderilmesi, girişimciliği destekleyen daha uygun çevre şartlarının oluşturulması ve geliştirilmesi, girişimcilik eğitim programlarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerektiği gözlemlenmiştir. Sonuç olarak bazı özel nüfus gruplarının teşvik edilmesi ve büyüme odaklı ve yenilikçi girişimciliğin oluşabilmesi için ülkede araştırma geliştirme ve yenilikçi girişimci aktiviteyi destekleyen politikaların oluşturulması gerektiği düşünülmektedir.

Nayır (2008). "İşi ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri" isimli makalede, tekstil ve bilgi işlem sektöründeki kadınlar için rol çatışmasında uygulanmak üzere çözüm önerilerini açıklamışlardır. Elde edilen araştırma verilerinin incelenmesi sonucunda, tekstil ve bilgi işlem sektörlerinde faaliyet gösteren kadın girişimciler arasında üç temel farklılık saptanmıştır. Bunlardan birincisi, kurucu kadın girişimcilerin "finansal kaynağa" verdikleri önem ile ilgilidir. İkinci temel farklılık ise; güvenli ve kalifiye çalışanlara sahip olmak, bilgi işlem sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimciler için tekstil sektöründeki kadın girişimcilere göre daha önemlidir. Üçüncü bulgu ise; bilgi işlem sektöründeki kadın girişimcilerin ailelerine daha fazla vakit ayırabildiklerini belirtmiş olmalarıdır.

Erdoğan (2008). "Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Görünmeyen Emeği: Mersin Örneği" adlı çalışmada, kadının görünmeyen emeğinin ekonomik sistem içersindeki önemi ve işlevselliği vurgulanarak kadınların görünmeyen emeklerinin tartışılabilir ve sorgulanabilir bir düzleme taşınması amaçlanmıştır. Kadınların üretime olan büyük boyutlardaki katkıları yapılan alan araştırmasından elde edilen verilerle görünür kılınmaya çalışılmıştır. Kadının ev içi emeğini görünür kılmanın ise kadın hakları mücadelesinde kamusal önlemler alma ve politikalar üretmek adına önemli olduğu düşünülmektedir.

Yetim (2008). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler; Mersin Örneği” isimli orijinal araştırmada; sosyal sermaye olarak kadın girişimcilerin niteliklerini ve yeterlilikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda kadınların sosyo-demografik özellikleri, kişisel karakteristikleri, işlerini kurma ve sürdürme aşamalarında bilgi ve beceri sağlama kanalları, işbirliği eğilimleri sosyal sermaye kaynakları ele alınmıştır. Ayrıca iş kurma ve devam ettirme konusunda sorunlarla karşılaşan kadın girişimciler, gereksinim duydukları bilgi ve beceriyi informal olarak eşler ve arkadaşlar aracılığıyla edinmenin yanı sıra, danışmanlık hizmetleri ve eğitim olanakları ile yeni bilgi kaynaklarına erişip, bilgi birikimlerini zenginleştirebildikleri konusuna değinilmiştir. Sonuç olarak girişimci kadınların mesleğe yönelik olarak yararlandıkları kurumsal eğitim hizmetlerinin kadınlar arasında dayanışmayı ve örgütlenmeyi arttıran bir öneme sahip olduğu vurgulanmıştır.

Gürol ve Marşap (2007). “Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın” adlı çalışmada; günümüzde ataerkil toplumsal yapıların geçmişteki etkinliklerini yitirmeleri ile iş yaşamı ve özellikle girişimcilik alanında kayda değer bir yer edinen kadının bu yöndeki gelişimine ket vuran engellerin yalnızca ulusal değil, aynı zamanda uluslararası karakterde olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda girişimcilikteki başarı ve gelişimi öncelikle toplumda kadına verilecek finansal, yönetsel, örgütsel, eğitsel ve benzeri desteklere ve önündeki “ayrımcı nitelikli” engellerin kaldırılmasına yönelik uygun bir altyapının oluşturulmasına bağlı bulunduğu ifade edilmiştir. Bu sebeple, uluslararası düzeyde etkin ve göstermelik olmayan bir iletişim ağının kurulmasının, etkin bir örgütlemenin gerçekleştirilmesinin, kendini davaya adanmış zorluklara göğüs gerebilecek kişilikte liderlerin, bu amaçla tahsis edilmiş olan fonların doğru yer ve zamanda kullanımının gerekliliği vurgulanmıştır. Sonuç olarak ulusal düzeydeki uygulamalarda ayrımcılık yapılmaksızın kırsal kesim ve varoşlardaki kadını da sisteme dâhil eden politikaların oluşturulma ve uygulamaya konulmasının etkinliği artıracağı üzerinde durulmuştur.

Örücü ve ark. (2007). “Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği” adlı çalışmada İngiltere’de yapılan bir araştırmanın sonuçlarına değinilmiştir. Bu sonuçlara göre; çalışanların patronlarını tanımlamaları ve nasıl bir patron istediklerini tarif etmeleri istenmiştir. Buna göre çalışanların kadın patronla çalışmak istedikleri ortaya çıkmıştır. Çalışanların daha çok kadın patron tercih etmelerindeki sebepler ise şöyle sıralanmaktadır: Kadınlar, bir iş için erkeklerden daha fazla

çaba gösteriyorlar ve daha dikkatli. Kadınların öğreticilik yanı erkeklere oranla daha gelişkin olduğu için çalışanlarına gerekli eğitimi daha iyi verebiliyorlar. Kadınlar yeni durumlara ve değişimlere daha rahat uyum sağlayabiliyorlar. Kadınların yanlarında çalışanları iş konusunda heveslendirme ve teşvik etme yetenekleri erkeklere oranla daha gelişkindir. Kadınlar yeni fikirlere daha açıktır. Ayrıca kadınların yaratıcılıkları da iş yaşamında başarının kapısını aralayan bir etmendir. Kadınlar gözlem yeteneklerini iş yaşamında başarılı bir biçimde kullanabiliyor. Çalışanlarıyla iletişim kurarken kadının sağladığı başarı iyi bir yönetici olmasında olumlu bir etki yapıyor. Kadının problem çözebilmedeki başarısı, bir yönetici olarak erkekten daha başarılı olmasını sağlıyor. Kadınlar özel yaşamlarında olduğu gibi iş yaşamında da açık bir stratejiye sahiptirler. Kadınlar iş yaşamında erkeklere oranla daha neşeli ve eğlenceli olabiliyor. Tahminlerin aksine kadınlar, iş yaşamında kararlarını kolay verebiliyorlar ve kararları konusunda daha ısrarcıdır.

Ecevit (2007). “Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım” isimli orijinal çalışmada; kadın girişimciliğiyle ilgili soruları yanıtlamak ve konuya ilişkin mümkün olduğunca kapsamlı bir değerlendirme yapmak hedeflenmiştir. Türkiye’de kadın girişimciliğine yönelik kurumsal çerçeve, mevcut politikalar, uygulanan projeler, programlar ve araştırmalar hakkında bilgi sunmayı ve kadın girişimciliğinin desteklenmesinin farklı yaklaşımlar çerçevesinde hangi kurumlar tarafından ve ne tür stratejiler bağlamında araçsallaştırıldığı yönünde bir değerlendirme ve çözümleme yapma amaçlanmıştır. Bu bağlamda kamu kesiminden ve sivil toplumdan çeşitli paydaşlar, kadın girişimciliği ile ilgili bir mekanizma oluşturulmasını önermişlerdir. Öngörülen mekanizma, kadınların işgücü piyasasına katılmaları önündeki engelleri belirleyerek, kadın istihdamını ve girişimciliğini etkileyen hükümet politikalarına müdahale edecektir. Bu mekanizma aynı zamanda bir karar organı olarak çalışacak, kadın girişimciliği projeleri ve etkinliklerinin uygulanmasını saha düzeyinde yönlendirecektir. Aynı mekanizma, veri toplamak, program ve proje dökümü çıkarmak üzere bir enformasyon ve iletişim merkezi olarak hareket edebilir ve aynı zamanda birbirinden bağımsız proje ve örgütlenmeleri birbiriyle ilişkilendirebilir. Sonuç olarak çeşitli paydaşları içinde barındıran bir mekanizma ile kamu kurumları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında sinerji yaratılmasına yardımcı olunabileceği ifade edilmiştir.

Uzun ve Dirlik (2007). “KOBİ Sahiplerinin Girişimcilik, Kişilik ve Liderlik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Muğla İlinde Ampirik Bir Araştırma” isimli çalışmada; KOBİ sahiplerinin girişimcilik, liderlik ve kişilik özelliklerinin işletmelerin faaliyet süresini etkilemediği vurgulanmıştır. Buna karşın işletmelerin çalışan sayısına göre büyüklükleri üzerinde ve çok küçük bir oranda da olsa işletmelerin öz sermayelerine göre büyüklükleri üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Sonuç olarak eğitim durumunun dikkate alınmayacak kadar küçük bir oranda işletme sahibinin liderlik, girişimcilik ve kişilik profillerine etkisi olduğu öne sürülmektedir.

Kaçar (2007). “Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Konumu: Türkiye’de Yakın Zamanlardaki Değişimi Anlamak” adlı yüksek lisans tezinde, Türkiye’de kadının konumu ve yakın zamanlarda kadının konumunda ortaya çıkan değişimler toplumsal cinsiyet açısından ele alınmaktadır. Bunun için öncelikle, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları irdelenmekte ve kadın sorununa açıklık getiren feminist yaklaşımlara yer verilmektedir. Bu bağlamda kadınların sosyal, ekonomik ve politik hayattaki statülerinin iyileştirilmesi, kadın erkek eşitliğinin sağlanması ve kadın haklarının kazanılmasına yönelik ulusal ve uluslararası önemi olan bazı kadın hareketleri irdelenmiştir. Bu politikalardan bazıları; kadınların bilime ve profesyonel çalışma yaşamına aktif katılımları, iş ve eğitimde fırsat eşitliği, sosyal ve profesyonel güvenlik kapsamında kadınların özelliklerine uygun iyileştirmelerin sağlanması olarak ifade edilmiştir. Aynı zamanda kadınların statüsünü yükseltmek için sürdürülen mücadelelerde kadın haklarının savunulduğu, daha iyi bir hayat için insan haklarının siyasal, sosyal, hukuksal ve ekonomik boyutta eşitlik arayışının dile getirilmesi amacıyla geçmişten günümüze faaliyetlerin artarak devam ettiği vurgulanmıştır.

Kutanış ve Alpaslan (2006). “Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı Mıdır?” isimli çalışmanın amacı girişimci ve yönetici kadın profillerinin karşılaştırılmasıdır. Bu çalışmada üretim faktörlerini bir araya getirerek işletmeyi kuran girişimci kadın ile yönetsel faktörleri kullanarak kaynakları idare eden yönetici kadın profilleri değişkenler ve parametreler açısından değerlendirilmiştir. Girişimci ve yönetici kadınların kendilerinden ve çevrelerinden kaynaklanan faktörlerden etkilenmeleri sonucunda oluşan profilleri, önemli yönleri ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sadece kadın perspektifinden bakılarak girişimci ve yöneticilik özellikleri, şartları ve şartların onları etkileme derecelerinin üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda dinamiklik, muhakeme kabiliyeti, güven, adil yaklaşım vb. hem girişimcinin

hem de yöneticinin sahip olması gereken özellikler olduğu ancak girişimci kadınların evine bağlı ve geleneksel, yönetici kadınların ise kariyer ve aile odaklı oldukları belirtilmiştir. Sonuç olarak girişimci kadınların; cinsiyete dair rollerini girişimcilik amaçlarının önünde tutan ve denge kurma çabasında olan bireyler oldukları, yönetici kadınların ise; hem işlerine hem ailelerine gereken önemi vermekte oldukça hassas davrandığı düşünülmektedir. “Girişimci kadınlar; kendilerine güvenen, güçlü önseziye sahip, sabırlı ve dayanıklı olan, riski üstlenebilen, ikna kabiliyeti kuvvetli ve inisiyatif kullanan bireyler olarak bulgulanmıştır. Aynı araştırmada girişimci kadın olmanın, kadına çalışma yaşamında diğer çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla özerklik imkanı verdiği, kadının işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi önemli kazanımlar sağladığı belirlenmiştir.

Çakıcı (2006). “Mersin’deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler” isimli araştırmada; kadın girişimcilerin iş yaşamında karşılaştıkları sorunlarla baş edebilmeleri için yapmaları gerekenler, iş dünyasında erkekler kadar deneyim sahibi olmamaları ve ev içi sorumluluklarıyla iş yaşamını dengeleme güçlükleri üzerinde durulmuştur. Sonuç olarak bu araştırmada, iş hayatında kadınların etkili olabilmeleri ve toplumda edilgen, bağımlı ve ikincil konumdan çıkabilmelerinin önemi üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda kadının kendisinin, ailesinin, toplumun ve devletin birlikte çabası ile kadın girişimcilerin gelişip güçleneceği belirtilmiştir.

Narin ve ark. (2006). “Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma” adlı makalede öncelikle geçmişte ve günümüzde ücretsiz ve ücretli işgücü olarak kadının konumu, daha sonra 1980’li yıllardaki gelişmelere ve kadın girişimciliğinin ivme kazanması, en son olarak da kadın girişimciliğinin gelişiminde uluslararası örgütlenme ve küresel ağ üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda kadınların fırsatlara nispeten yenilikçi bir tarzda yaklaşımlarının iş yaşamının yaşam kalitesi yanında yeni ekonomik çevrenin gelişimine de katkı sağlayacak nitelikte olduğu vurgulanmakta ve kadının kendine has karakteristiklerinden biri olan yenilikçi dürtülerin (innovative impulse) bunda rolü olduğu düşünülmektedir.

Ağca ve Yörük (2006). “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar; Kavramsal Bir Çerçeve” isimli araştırmada; en kısa ve kapsamlı tanımı “yeni organizasyonlar yaratma süreci” olan girişimcilik kavramı ile en kısa ve kapsamlı tanımı “mevcut, faaliyet halindeki organizasyonlardaki girişimcilik” olan iç girişimcilik kavramları arasındaki farklar tartışılmaktadır. Bu bağlamda iç girişimcilik ile bağımsız girişimcilik arasındaki farkların her iki girişimcilik tipinde yer alan girişimciler perspektifinden ziyade daha çok girişimsel eğilim ve davranışlar bakımından olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak iç girişimciliğin kaynakları elde etme ve kullanma, strateji oluşturma ve performans seviyesi bakımından sistematik olarak bağımsız girişimcilerden farklı olduğu savunulmuştur.

Güney (2006). “Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış” isimli çalışmada; kadın girişimciliği kavramı konusunda teorik bir durum değerlendirilmesi yapılmakta ve ülkemizde kadın girişimciliğinin geliştirilmesine ilişkin bazı önerilerde bulunmaktadır. Bu kapsamda eğitim olanağına kavuşan ve ailesinden tam destek alan kadınların iş yaşamındaki başarıları örnek gösterildiğinde, ailelerin çocuklarının eğitime duyarlılık göstermeleri ve kız çocuklarına erkek çocuklarının eğitim imkânlarıyla eşit fırsatlar sunmaları gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca medya kuruluşlarının kadın girişimciliğini tanıtmak ve özendirmek adına, hem eğitim programları düzenlemelerinin hem de başarılı iş kadınlarını halka tanıtarak, kadınların ekonomiye ve ülke kalkınmasına verdikleri katkıları açık bir biçimde ortaya koymalarının önemi vurgulanmıştır.

İyicil (2006). “Avrupa Birliği’ne Giriş Sürecinde Türkiye’deki Kadın Girişimciliğinin İrdelenmesi ve Bir Araştırma” isimli çalışmada; girişimci kadınların sayısının artırılması için gelişmiş ülkelerin oldukça çaba sarf ettiği belirtilmiştir. Ülkemizde de son yıllarda bu konuya önem verildiği ve kadınların, girişimci olabilmeleri için en çok ihtiyaç duydukları desteğin eğitim olduğu vurgulanmıştır. Eğitim ile neyi nasıl yapacağını öğrenen ve bu yolla güven kazanan kadınların, iş hayatında daha çok yer edinecekleri ifade edilmiştir.

Şekerler (2006). “Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri” adlı yüksek lisans tezinde; araştırmanın teorik ve uygulama kısmında bulgular dikkate alınarak yaşanmakta olan sorunlara ilişkin 25 tane anlamlı hipotez kurulmuş, bunların 16 tanesi kabul edilmiş ve 9 tanesi de ret edilmiştir. Bulunan bu sonuçlara göre ankete katılan kadın girişimcilerin yaşadığı ve genel olarak karşılaştıkları sorunlara yönelik şu

çözüm önerileri getirilmiştir: Girişimci olarak faaliyet gösteren kadınlar, kendi alanlarında birlik oluşturarak organize olmalı, uluslararası kişi ve kuruluşlarla işbirliği yapıp görüş alışverişinde bulunarak kendilerini geliştirmeleri sağlanmalıdır. Kadın girişimciler gelişen bilim ve teknolojiyi yakından takip etmelidirler. Ülkemizde kadın girişimciliğin yeni yeni yaygınlaştığı dikkate alındığında; kadın girişimcilerin kendilerini tanıtımları ve diğer kadınlara teşvik edici olmaları konularında ilgili kurum ve kuruluşlardan destek verilmeli, sektörlerinde karşılaştıkları problemlere (pazarlama, donanım, araç-gereç, mal temini, mali sorunlar, kalifiye eleman bulamama vs.) yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Kadın girişimciliği engelleyen kredi koşullarının kolaylaştırılması, kredi miktarının sembolik olmaktan çıkarılması, faizlerin düşük tutulması ve teminat koşullarının hafifletilmesi gerekmektedir. Vergiler konusunda yeni düzenlemelere gidilmesi; kadın girişimcileri desteklemeye yönelik fonların oluşturulması gerekmektedir. İşin kurulması ve yürütülmesi aşamalarında bürokratik işlemlerin mümkün olduğu kadar kısaltılması ve hızlandırılması gerekmektedir. Eğitim programlarının iş kurmaya yönelik, girişimcilik için alt yapı oluşturacak şekilde hazırlanması ve kadın girişimcilere kısa süreli kurslar halinde sunulması gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarından yararlanılarak kadın girişimcileri destekleyecek programlar hazırlanmalıdır. Hane halkı sorumluluklarının aile üyeleri arasında etkin bir şekilde paylaşılması, kadınların sadece eş ve anne olarak rollerinin olmadığı bilincine varılması gerekmektedir. Toplumda kadın girişimcilere destek verilmeli, cinsiyetlerinden ötürü kadın-erkek ayrımcılığının yapılmaması, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara çözüm önerileri açısından önemlidir.

Yağcı ve Bener (2005). “Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler” isimli araştırmada; girişimci kadınların demografik ve genel karakteristikleri ile kadınları girişimciliğe motive eden faktörleri belirlemek, girişimcilikte başarılı olmak için gerekli gördükleri ön şartları saptanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda; potansiyel girişimci kadınlara, kadın girişimcileri destekleyen kurum ve kuruluşlara yararı olabilecek öneriler geliştirmek amaçlanmıştır. Kadınların %63,5’i girişimciliğin en iyi yönünün “bağımsızlık”, %28,8’i “maddi rahatlık” %7,7’si de “aile bütçesine katkıda bulunmak” olduğu görüşündedir. Girişimci kadınların %99,0’u girişimcilikte başarılı olmak için gerekli gördükleri ön şartların başında “çok çalışma, içtenlik, kendini adama” gibi faktörlerin önemini belirtmişlerdir.

Bedük (2005). “Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği” isimli eserde; Türkiye’de kadının çalışma yaşamında karşı karşıya bulunduğu sorunların temelinde toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısındaki aksaklıklara değinilmiş ve bu aksaklıkların çözülmesiyle kadınlarımızın çalışma hayatına daha çabuk gireceği savunulmuştur. Araştırma kapsamında Türkiye’deki kendi hesabına çalışan kadınların görünümüne bakılmış özellikle işletmesi olan kadınların ülkedeki “çalışma” kalıplarının dışına çıkabildikleri görülmüştür. Bu bağlamda erkeklere göre çalışma ömrü kısa, güvencesiz, beceri istemeyen ve düşük ücretli işlerde yoğunlaşan ve çok genç yaşta işgücü piyasasına girip evlilikle birlikte ayrılan kentli kadın işgücü düşünüldüğünde, kendi hesabına çalışan kadınların özellikle sahip oldukları işletmeler büyüdükçe hızla bu görünümünden uzaklaştıkları gözlenmiştir. Ülkemizde kendi hesabına çalışan kadınların birçoğunun evli ve çocuklu olmaları, ülkedeki işgücüne katılmak isteyen evli ve çocuklu kadınlar için bu tür çalışma biçiminin yaygınlaştırılabileceğinin ipuçlarını vermekte olduğu vurgulanmıştır. Eserde ayrıca Türkiye’de kadının yeri, kadın girişimci tanımı, profili ve kadın girişimcilerin sorunları ortaya konulmuş ve sonuç kısmında bazı öneriler üzerinde durulmuştur. Artan nüfus için yeni iş yaratma maliyetinin çok yüksek ve teknolojik ilerlemeler sonucu oldukça daha az sayıda işgücüne gerek gösteren sermaye yoğun yatırımların ağırlıklı olduğu ve var olan ekonomik düzende kadın girişimcilere kendi işini kurmaları konusunda verilecek destekler ile çeşitli yararlar sağlanabileceği ifade edilmiştir.

Aykan (2004). “Kayseri’de Faaliyet Gösteren Girişimcilerin Liderlik Özellikleri” adlı çalışmada; girişimcilerle yapılan araştırma sonucunda anlamlı 5 faktör belirlenmiştir. Bu 5 faktör demokratik liderlik özellikleri, yönetsel liderlik özellikleri, yetki devri ile ilgili liderlik özellikleri, serbest-bırakıcı liderlik özellikleri ve karizmatik liderlik özellikleri olarak isimlendirilmiştir. Bu bağlamda ankete katılan girişimcilerin değerlendirme sonuçları ile teorik ve uygulamalı çalışmalarda yer alan liderlik özellikleri arasında belirgin farklılıklar bulunmamış, bu özelliklerle uyumlu sonuçlara ulaşılmış, girişimcilerin liderlik özelliklerini değerlendirirken kullanılması gereken faktörler bu araştırma ile irdelenmiştir.

Erdem (2001). “Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Yaklaşım” isimli çalışmada; toplumun belirsizlikten kaçınma özelliğinin girişimcilerin risk alma eğilimini ve belirsizliğe tolerans düzeyini nasıl etkilediği incelenmiştir. Bu çalışmada, risk ile belirsizlik yapıları arasındaki yakın ilişkiden yola çıkarak,

belirsizlikten kaçınan toplumda, girişimcilerin belirsizliğe tolerans düzeyi ve risk alma eğilimi arasında ilişki araştırılmıştır. Bu kapsamda küçük girişimcilere yönelik yapılan araştırma sonuçlarına göre girişimcilerin belirsizliğe tolerans düzeyi ve risk alma eğilimi yüksek olmadığı ve bu sonuca göre de toplum genelinin risk ve belirsizlikten kaçınma eğilimine sahip olduğu belirtilmiştir.

Bilgin (2001). “Kadınların Var Olma Yolları” isimli yapıtta; kadınların bilgi toplama yolları, dünyayı algılama ve kendilerine yön verme biçimleri ile Maslow’un ihtiyaçlar sıralaması kuramının karşılaştırılmasını yapan bir makale özetlenmiştir. Makale, kadınların Maslow’un kuramındaki en üst düzeye, diğer bir deyişle kendini gerçekleştirmeye ulaşabilmelerinin bilgi toplama yollarıyla doğrudan ilgili olduğunu göstermektedir. Çalışma, kadınların meslek seçimlerinin de bilgi toplama yollarıyla bağlantısına dikkat çekerek, danışmanlara ve kadınlara bu yöndeki gelişmeleri için öneriler getirmektedir. Sonuç olarak; kadınların amacının gerçek benliğini bulmak, tanımlamak ve korumak olduğu söylenmektedir. Bu kapsamda birçok kadının meslek fırsatlarını genişletmek için yeterli bilgiye sahip olduğu belirtilmiştir. Ancak bu kadınlar ne bu bilgiyi ne de kendine yeten bir insan modelini kızlarına geçiremedikleri ve diğer taraftan bilgilerini davranışa dönüştüren kadınların kendilerini gerçekleştirmeye doğru ilerledikleri ve daha genç kızlık döneminde “gerçek ben” olabilmek için iyi bir model oluşturdukları vurgulanmıştır.

Kantar ve Erkan (2001). “Adana İl Merkezinde ve Kırsal Alanında Yaşayarak Tarımsal Faaliyetlerine Devam Eden Ailelerde Toplumsal Yapı ve Toplumsal Cinsiyet” adlı çalışmada, Çukurova Bölgesi Yüreğir Ovasındaki köylerde yaşayan ve şehre göç eden ailelerde toplumsal cinsiyet açısından meydana gelen gelişmeler incelenmiştir.

2.2. Yabancı Dilde Kaynaklar

Yabancı dillerden yararlanılmış kaynaklar ise aşağıdaki gibi tarih sırasına göre düzenlenmiştir.

Prifti ve ark. (2008). “Middle East Local and Regional Woman Entrepreneurship” adlı Dünya Bankası’nın Orta Doğu ülkelerindeki şirketlerle ilgili yapmış olduğu bir araştırmada, toplam 4000 şirket sahibinin %13’ünün kadın olduğu belirtilmiştir. Bu ülkedeki işletme sahibi olan kadınların Afrika ve Asya’daki diğer kadın girişimcilere oranla işletmelerini daha fazla

büyütme eğiliminde oldukları ve birçok engelle karşılaşmalarına rağmen erkek girişimcilere göre işletmelerinde daha fazla sayıda işçi çalıştırdıkları belirlenmiştir.

Ackerman (2008). “How Information and Communication Technologies Impact Female Entrepreneurs in India and Ghana” adlı Long Island Üniversitesinde yapılmış olan yüksek lisans tezine göre; üçüncü dünya ülkeleri olan Hindistan ve Gana’da internet kullanımı kadın girişimcilerin yeni pazarlara girmesi için zaman ve para tasarrufu sağladığı düşünülüyor. Ev tabanlı mikro işletmeler açısından internet kullanımı kadınlara bilgiye ulaşma ve bilgiyi paylaşma imkanı sunmaktadır. Mikro düzeyde girişimcilik faaliyetlerini sürdürüp internet üzerinden bütün dünya ile fazla para harcamadan iletişim ve pazarlama imkânlarına erişebiliyor olmak kadınlar tarafından var olan yeteneklerini ortaya çıkarmaları açısından cazip görülmektedir.

Finlay (2008). “Work-Life Balance In Women Entrepreneurs: A Phenomenological Study” adlı çalışmanın amacı iş-yaşam dengesi sorunuyla karşı karşıya kalan kadın girişimcilerin yaşamış deneyimlerini keşfetmektir. Bir iş-yaşam dengesi modeli oluşturmak için kullanılan organizasyon içerikli becerilere örnek olarak; planlama, etkili iletişim, kişiler arası ilişki kurma, dua ve rahatlama teknikleri verilebilir. Araştırmanın sonucuna göre iş ve yaşam dengesi kurmak için; iyi dinleyici olmak, diğer insanlardan öğrenmek, çok çalışmaktan korkmamak, insanların deneyimleri konusunda araştırma yapmak, okumak ve hata yapmaktan korkmamak, tutkulu olmak, enerjik olmak ve fedakar olmak gerekmektedir.

Duncan (2007). “Women in Positions of Leadership and Gender-Specific Emotional Intelligence Attributes” adlı Incarnate Word Üniversitesinde yapılan doktora araştırmasının amacı; liderlik pozisyonları ve cinsiyete özgü duygusal zeka özellikleri ile kadınlar arasındaki olası ilişkiyi incelemektir. Eğitim geçmişleri ile birlikte hali hazırda kariyerlerini 15-20 yıl boyunca sürdürüyor olmalarından dolayı 41-50 yaş grubunun denk gelen bu kadınlar duygusal zeka niteliklerini, yeteneklerini ve deneyimlerini maksimum düzeyde yaşamaktadırlar. Yönetici mevkilerindeki kadınların konumlarını kaybetme oranı erkeklere oranla daha fazladır. Genellikle bir kadın yönetici finansal performans ile sadece ölçülen örgütsel hedeflere ulaşmada başarılı olması gerektiği düşüncesi ile daha az empati sahibi veya şefkatli olmak zorunda olduğu düşünülebilir. Ancak bu kadınlar finansal performans ile ilgili zor kararları alırken empati kurarak uzlaşma yoluna gitmektedirler.

Hakala (2007). “Women Entrepreneurs: Challenges and Successes in Non-Traditional Industries” adlı araştırmanın amacı; kadınlar arasında girişimci fenomeni açıklamak için hizmet verecek olası ilişki modelleri ve gözlenen desenleri keşfetmektir. Amerika ‘da kadınları girişimciliğe yeni milenyumun kadın hareketi yönlendirmiş ve önceki yıllardan daha hızlı bir oranda yönetim kademelerinden ayrılarak serbest çalışma hayatına geçmişlerdir. Kadınlar kendi işlerini başlatmak için kurumsal kariyerlerini terk ettiklerinden işletmeler yetenekli kurumsal kadın liderlerini kaybetmeye başlamıştır. olarak, görüşme verileri, kadınların girişimci, bilgi ve güvene sahip çalışanların eğitimine yatırım, mali durumu etkilemek için stratejik seçimler yapma ve izin veriliyorsa bu engellerin sadece biri inanmaya ihtiyaç kabul açıklamak için servis toplanmıştır. Geleneksel olmayan erkek egemen sektörlerde kadın girişimcilerin başarılı olması için kadınların üç önemli girişimcilik yetkinliklerine sahip olması gerekmektedir. Bunlar; ürün ve sanayi hakkında donanımlı bilgi, mali bilgi sahibi olma ve güven duymadır. Bu araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin sahip olması gereken özelliklerin başında bilgi ve güven ilk sırayı almıştır. Sıralamayı çalışanlara yapılan yatırım, finansal bilgi, geçmiş deneyimler takip etmektedir.

Meeder (2007). “Entrepreneurial Activity by Women in Rural South Dakota” adlı araştırmanın amacı, Güney Dakota kırsalında kadınların girişimcilik faaliyetlerinin araştırılmasıdır. Kırsal kadın girişimci işletmelerin özelliklerinin belirlenmesi, kırsal kadın girişimcilerin başarı faktörlerinin belirlemek ve iş ihtiyaçlarını belirlemek ve kadın girişimci işletmelerin nasıl etkilediğini değerlendirmektir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin dörtte biri kırsal ortamda kendi işlerini yapıyor olmalarının olumsuz etkisinin olmadığını ifade ederken, kadınların çoğu yürüttükleri işte kadın olmanın olumlu taraflarını hissettiklerini ifade etmişlerdir. Kadınlar daha çok aile gelirine katkıda bulunmak, kar sağlamak ve başkalarına istihdam koşulları oluşturmak için girişimcilik faaliyetlerinde bulduklarını ve başarıya götüren en önemli üç faktörün çok çalışmak, tutku ve istekleri gerçekleştirmek ve deneyim sahibi olmak için serbest çalışma hayatına atıldıklarını ifade etmişlerdir.

Wijenajke (2002). “Enterprising Culture: Middle Class Women’s Businesses in Sri Lanka” adlı Boston Üniversitesinde yapılmış doktora çalışmasına göre; Sri Lanka’daki girişimci kadınların serbest çalışma hayatına atılmalarına sebep olan faktörlerin başında ekonomik bağımsızlık kazanma isteği ve aile bütçesine katkıda bulunma yer almaktadır. Aile

işletmelerinde veya kadının eşi tarafından yürütülen işletmelerde girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınların, tamamı kadının kendine ait olan mikro, küçük veya orta ölçekli işletmelere göre daha kısa vadeli olduğu tespit edilmiştir.

Bender (2000). “Seven Characteristics of The American Woman Entrepreneur: A Hermeneutic Approach to Developing A Universal Characteristics Model” adlı araştırma geçtiğimiz on yıllık sürecin kadın girişimcilerin ortaya çıkış dönemi olduğunu ve kadınların iş hayatlarındaki önemlerini ortaya koyacak şekilde emir altından çıkıp kendi işlerini kurmaya başladıkları dönem olduğunu vurgulamaktadır. Kadınların artık belirli bir işte liderlik pozisyonunda bulunmaktan ziyade iş ve ticaret yelpazesindeki yenilikleri takip ettikleri ifade edilmiştir. Araştırmaya göre bu dönüşüm süreci Amerika da diğer ülkelere kıyasla daha hızlı ilerleme göstermektedir. Bu bağlamda kadın girişimci sayısının hızla yükselişi kadınların kendi evrensel özelliklerini belirlemeleri açısından grupsal eğitimler önem arz etmektedir. Araştırma sonucunda Amerikalı kadın girişimcileri açıklamayan çalışan model oluşturulmuş ve kadın girişimcilerin özellikleri yedi farklı kategori altında yorumlanmıştır. Bunlar; demografik, ekonomik, destek, siyasi, sosyal, mesleki ve kişisel özelliklerdir.

Lewis (1999). “African American Female Adult Development: The Journey From Employee To Business Owner” adlı New Jersey Üniversitesinde yapılmış doktora araştırmasına göre; Afrika kökenli Amerikalı kadınların, ırk ve cinsiyet ayrımcılığına maruz kaldıklarından dolayı çalıştıkları işlerinden istifa ederek kendi işlerini kurmalarına motive oldukları tespit edilmiştir. Çalıştıkları işlerde tatminsizlik nedeniyle psikolojik sıkıntı yaşayan bu kadınların kendi işlerini yapmaya başladıktan sonra yeni yaşam yapılarında kendilerine olan güvenlerinin ortaya çıktığı belirtilmiştir.

Hisrich (1989). “Women Entrepreneurs: Problems and Prescriptions for Success in The Future” adlı araştırmanın sonucuna göre kadın girişimciler “yönetsel becerilerine ilişkin” öz değerlendirmelerinde yeni fikirler ve yeni ürün geliştirme konularında kendi becerilerini “mükemmel” olarak tanımlamışlardır. Aynı çalışmada, insan ilişkileri, yönetim, geliştirme ve eğitim ile pazarlama, pazarlama araştırması alanında “çok iyi”, envanter, üretim gibi iş önelik teknik alanlarda “iyi” oldukları ortaya konulmuştur. Kadınların finans-sermaye kullanımında ise “nispeten yetersiz” kaldıkları alanlar olarak nitelendirilmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Araştırma materyali, birincil ve ikincil veri kaynaklarından toplanmıştır. Mevcut durumun ortaya konulması amacıyla yapılan betimleyici ve nitel araştırma ile girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar analiz edilerek değerlendirilmiştir. Bu bağlamda; (a) tez konusu ile ilgili literatürler ve genel bilgiler (Tekirdağ'ın durumu, girişimcilik, kadın girişimciliği vb.) derlenmiş ve (b) gözlem, mülakat, anketler yoluyla elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

Piyasa ekonomisi içinde, hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüştürülebilir mal veya hizmeti üretip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı ve TESK'e bağlı Esnaf ve Sanatkârlar odalarına veya TOBB odalarına üye kaydı olan sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında, tek başına ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadın "Kadın Girişimci" olarak tanımlanabilir (Saray 1993). Bu tanım ışığında; Tekirdağ il merkezi ve ilçelerinde bulunan Ticaret ve Sanayi Odalarına, Tekirdağ il merkezi ve ilçelerinde bulunan Esnaf ve Sanatkârlar Odalarına kayıtlı iş yeri sahibi kadınlardan elde edilen bilgiler araştırmanın birincil verilerini oluşturmaktadır. Kadın girişimcilerin dahil oldukları mesleklere göre oluşan gruplar doğrultusunda örnek girişimci kadın işletmelerinde veri toplama teknikleri olarak birebir görüşmeler yapılmış ve anketler uygulanmıştır. Elde edilen veriler; sosyal bilimlere ilişkin araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde yaygın olarak kullanılan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programında analiz edilerek yorumlanmıştır.

İkincil veri olarak; Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), TESK, KOSGEB, TEPAV, İŞKUR, SGK, ABİGEM ve Trakya Kalkınma Ajansı'ndan elde edilen veriler ile girişimci kadınlar, lider kadınlar, yönetici kadınlar, cinsiyet farklılığı ve cinsiyete özgü bilimsel çalışmaları içeren literatürlerden elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

3.2. Yöntem

3.2.1 Örnekleme ve veri toplama yöntemleri

Araştırma iki farklı meslek odası mensubu kadın girişimcilerin değerlendirilmesini kapsamaktadır.

- Tekirdağ ili Ticaret ve Sanayi Odalarına bağlı girişimci kadın işletmelere ulaşıp, girişimcilik faaliyetlerini aktif olarak yürüten kadınların karşılaştıkları sosyolojik ve iktisadi sorunları tespit etmek için merkez ve ilçe odaları ile Tekirdağ Kadın Girişimciler Kurulu yetkililerinden bilgi toplanmış,

- Tekirdağ ili Esnaf ve Sanatkarlar Odalarına bağlı girişimci kadın işletmelere ulaşıp, girişimcilik faaliyetlerini aktif olarak devam ettiren kadınların karşılaştıkları sosyolojik ve iktisadi sorunları tespit etmek için ise Esnaf ve Sanatkarlar Odaları yetkililerinden birebir görüşme yolu ile bilgi toplanmıştır.

Tekirdağ İlinde; Tekirdağ Ticaret ve Sanayi Odası, Çorlu Ticaret ve Sanayi Odası, Çerkezköy Ticaret ve Sanayi Odası, Hayrabolu Ticaret ve Sanayi Odası, Malkara Ticaret ve Sanayi Odası olmak üzere 5 adet Ticaret ve Sanayi Odası mevcuttur. Çizelge 3.1’de görüldüğü üzere Ticaret ve Sanayi Odası olan ilçeler bazında odalara kayıtlı kadın girişimci sayıları ve odalara kayıtlı toplam işletme sayıları ile kadın işletme sayılarının toplam işletme sayıları içindeki oranları verilmiştir.

Çizelge 3.1. Ticaret ve Sanayi Odaları İşletme Sayıları

	Kadın İşletme Sayısı	%	Toplam İşletme Sayısı
Tekirdağ TSO	594	15	3850
Çorlu TSO	609	11	5706
Çerkezköy TSO	211	9	2409
Malkara TSO	137	16	850
Hayrabolu TSO	43	9	480
TOPLAM	1594	9	13295

Hayrabolu Ticaret ve Sanayi Odası Genel Sekreteri Yavuz Yelken Bey ile yapılan görüşme sonucunda odaya kayıtlı 43 adet kadın ortaklı şirket olduğu tespit edilmiştir. 03.08.2012 tarihli son güncel oda kayıtlarına göre odanın toplam üye sayısı 480'dir. Hayrabolu Ticaret ve Sanayi Odasının üye sayısı Tekirdağ ilinin diğer Ticaret ve Sanayi Odalarına göre en düşük seviyede olması, üyelerin faaliyet alanlarının mesleki gruplandırmasını üye işlemlerinin kolaylığı açısından sınırlandırmıştır. Ancak araştırmada Tekirdağ ilinin diğer oda verilerine uyması açısından Hayrabolu Ticaret ve Sanayi Odasının 7 adet meslek grubu üzerinden değerlendirilecek şekilde yeniden düzenlenmiştir. Buna göre; kadın ortaklı şirketlerin meslek gruplarına göre dağılımı aşağıda Çizelge 3.2'de gösterildiği şekildedir.

Çorlu Ticaret ve Sanayi Odası sanayi faaliyetleri olarak bölgenin ileri gelişmişlik düzeyinde olması sebebi ile Tekirdağ İlinin en fazla üyeye sahip odasıdır. Ayrıca Fortune Türkiye Dergisi'nin 2011 yılı araştırma sonuçlarına göre; Türkiye'nin en büyük ilk 500 sanayi kuruluşunun 38 tanesi Çorlu Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı üye firmalardan oluşmaktadır. Odaya kayıtlı üyeler hakkında bilgi almak amacı ile Özcan Kazar Hanım ve Genel Sekreter İbrahim Karagöz Bey ile 29 Nisan 2011 tarihinde görüşülmüş, odaya kayıtlı kadın ve kadın ortaklı şirketlerin meslek gruplarına göre düzenlenmiş ayrıntılı listeleri talep edilmiştir. Elde edilen listelere göre kadın işletmeleri gözden geçirilip gruplandırmaları yapılmış ve Çizelge 3.2 hazırlanmıştır. Bilgilerin güncellenmesi için 03 Ağustos 2012 tarihinde tekrar oda yetkilileri ile görüşülmüş ve odaya kayıtlı güncel faal üye sayısı 5706 olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.2. Ticaret ve Sanayi Odalarına Bağlı İşletmelerin Mesleklere Dağılımı

Meslek Grupları	Tekirdağ		Çorlu		Çerkezköy		Malkara		Hayrabolu		İl Geneli	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tarım, Hayvancılık	85	14,31	24	3,94	21	9,95	21	15,33	10	23,26	161	10,10
İmalat	50	8,42	173	28,41	30	14,22	23	16,79	0	0,00	276	17,31
İnş. Emlak, Mühendislik	136	22,90	139	22,82	44	20,85	22	16,06	8	18,60	349	21,89
Otomotiv, Ulaştırma	57	9,60	62	10,18	12	5,69	14	10,22	9	20,93	154	9,66
Gıda, Rest, Diğer Hizm.	114	19,19	72	11,82	35	16,59	28	20,44	7	16,28	256	16,06
Konf. Dayanıklı Tük.	110	18,52	99	16,26	52	24,64	23	16,79	6	13,95	290	18,19
Konakla, Sağlık, Eğitim	42	7,07	40	6,57	17	8,06	6	4,38	3	6,98	108	6,78
TOPLAM	594	100	609	100	211	100	137	100	43	100	1594	100

Tekirdağ İlindeki Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine bağlı merkez ilçe dâhil 9 ilçede (Çorlu, Çerkezköy, Hayrabolu, Saray, Marmara Ereğlisi, Malkara Muratlı, Şarköy) yapılan meslek odalarındaki bayan ve erkek üyelerin kayıtlı olduğu işletmelerin dağılımını tespit etmek amaçlı saha araştırması yapılmıştır. 2011 ve 2012 yılları boyunca yürütülen bu araştırmada meslek odalarının başkanları ve genel sekreterleri ile yapılan birebir görüşmeler sonucu odalara kayıtlı kadın ve erkek işletme sayıları tespit edilmiştir. Görüşülen meslek odası yetkililerinin bir kısmından hızlı ve detaylı bilgiler temin edilirken, oda yetkililerinin büyük bir kısmı üye kayıt bilgilerinin cinsiyete göre ayrı tutulmadığını belirterek üye listeleri üzerinde inceleme yapmaları gerektiğini ve bunun da zaman alacağını söylemişlerdir. Bazı oda yetkilileri de üye kayıtlarının tutulduğu bilgisayar programlarında değişiklik olduğunu ve eski verilerin henüz yeni programa aktarılmadığını belirterek daha sonra görüşme talep etmişlerdir.

Tekirdağ İli merkez ilçede bulunan 10 Esnaf ve Sanatkâr Odası, Çorlu ilçesinde biri karma oda olmak üzere 8 Esnaf ve Sanatkâr Odası, Malkara ilçesinde biri karma oda olmak üzere 4 Esnaf ve Sanatkâr Odası, Muratlı ilçesinde biri karma oda olmak üzere 3 Esnaf ve Sanatkâr Odası, Çerkezköy ilçesinde biri karma oda olmak üzere 2 Esnaf ve Sanatkâr Odası, Hayrabolu ilçesinde biri karma oda olmak üzere 2 Esnaf ve Sanatkâr Odası, Saray ilçesinde biri karma oda olmak üzere 2 Esnaf ve Sanatkâr Odası, Marmara Ereğlisi ilçesinde 1 karma oda ve Şarköy ilçesinde 1 karma oda yetkilileri ile görüşülmüş ve Çizelge 3.3'de belirtilen verilere ulaşılmıştır. Karma Esnaf ve Sanatkâr Odası; buldukları ilçe genelinde meslek grubu bulunmayan meslek sahiplerinin üye oldukları odalardır. Kuruluş amacı; karma odalar içinde yer alan aynı meslek mensuplarının mesleğe ilişkin ihtiyaç ve sorunlarını sistemli ve düzenli bir biçimde görüşebilmek, bunlar hakkında karar verebilmek, birbirleriyle olan ilişkilerini ve dayanışmalarını sağlamaktır. Tekirdağ merkez ilçe hariç diğer ilçelerin tamamında bulunan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları karma meslek odası özelliği taşımaktadır. Çorlu ilçesinde; Seyyar Esnaf ve Pazarıcılar, Bakkallar ve Manavlar, Kahveciler, Berberler ve Kuaförler, Terziler, Madeni Eşya ve Sanatkârlar, Şoförler ve Otomobilciler dışında bulunan meslek sahipleri karma oda özelliği taşıyan Çorlu Esnaf ve Sanatkârlar Odasına üye olmaktadır. Oda genel sekreteri Günay Hanım oda üyeleri arasında lokantacılar, ciğerciler, fast-food büfe sahipleri, züccacılar, kırtasiyeler, fotokopiciler, ozalitçiler, turistik-otantik hediyelik eşya satanlar, boyacılar, lastikçiler, hurdacılar ve sanayi esnafları gibi çok çeşitli meslek gruplarından üyelere hizmet verdiklerini belirtmiştir.

Çizelge 3.3. Esnaf ve Sanatkar Odalarının İlçelere Dağılımı

İLÇE	MESLEK ODALARI	KADIN İŞLETME	%	ERKEK İŞLETME	%	TOPLAM
MERKEZ	Tekirdağ Seyyar Esnaf ve Pazaracılar Odası	96	15	554	85	650
	Tekirdağ Elektrik ve Elektrikçiler Odası	12	5	213	95	225
	Tekirdağ Bakkallar ve Bayiler Odası	202	26	562	74	764
	Tekirdağ Kahveciler ve Büfeciler Odası	97	10	853	90	950
	Tekirdağ Berberler ve Kuaförler Odası	205	45	251	55	456
	Tekirdağ Şoförler ve Otomobilciler Odası	115	7	1430	93	1545
	Tekirdağ İnşaat Sanatkarları Odası	4	3	119	97	123
	Tekirdağ Kebap, Köfte, Tatlıcı ve Lok. Esnaf O.	97	22	353	78	450
	Tekirdağ Madeni Eşya ve Ağaç İşleri San. Odası	26	3	724	97	750
	Tekirdağ Terziler Konf. Sanat. Esnaf Odası	126	38	204	62	330
Ara Toplam		980		5263		6243
ÇORLU	Çorlu Esnaf ve Sanatkarlar Odası (Karma Oda)	199	20	793	80	992
	Çorlu Seyyar Esnaf ve Pazaracılar Odası	69	13	443	87	512
	Çorlu Bakkallar ve Manavlar Odası	242	25	738	75	980
	Çorlu Kahveciler Odası	150	14	900	86	1050
	Çorlu Berberler ve Kuaförler Odası	90	21	330	79	420
	Çorlu Şoförler ve Otomobilciler Odası	-	-	-	-	-
	Çorlu Terziler Odası	202	45	250	65	452
	Çorlu Madeni Eşya ve Sanatkarlar Odası	12	3	441	97	453
Ara Toplam		952		3895		4859
MALKARA	Malkara Esnaf ve San. Odası (Karma Oda)	131	13	906	87	1037
	Malkara Şoförler ve Otomobilciler Odası	11	3	414	97	425
	Malkara Madeni Eşya ve Sanatkarlar Odası	2	1	248	99	250
	Malkara Kahveciler Odası	24	5	431	95	455
Ara Toplam		168		1999		1712
MURATLI	Muratlı Esnaf ve Sanatkarlar Odası (Karma Oda)	129	20	526	80	655
	Muratlı Şoförler ve Otomobilciler Odası	25	14	150	86	175
	Muratlı Madeni Eşya ve Sanatkarlar Odası	1	1	134	99	135
Ara Toplam		155		810		965
ÇERKEZKÖY	Çerkezköy Esnaf ve Sanatkarlar Odası	512	16	2713	84	3225
	Çerkezköy Şoförler ve Otomobilciler Odası	110	8	1202	92	1312
Ara Toplam		622		3915		4537
SARAY	Saray Esnaf ve Sanatkarlar Odası (Karma Oda)	72	5	1260	95	1332
	Saray Şoförler ve Otomobilciler Odası	-	-	-	-	-
Ara Toplam						
HAYRABOLU	Hayrabolu Esnaf ve San. Odası (Karma Oda)	87	8	1003	92	1090
	Hayrabolu Şoförler ve Otomobilciler Odası	25	8	285	92	310
Ara Toplam		112		1288		1400
M. EREĞLİSİ	M. Ereğlisi Esnaf ve San. Odası (Karma Oda)	155	16	811	84	966
Ara Toplam		155		811		966
ŞARKÖY	Şarköy Esnaf ve Sanatkarlar Odası (Karma Oda)	80	7	1043	93	1123
Ara Toplam		80		1043		1123
TOPLAM		3308		20284		23592

Bu odalardan aktif olarak çalışan kadın girişimcilerin tespit edilip araştırma kapsamına alınması önem arz etmektedir. Ancak her ne kadar veriler işletme sahiplerini kadın olarak gösteriyor olsa da araştırıldığında işletme yöneticisinin kadının eşi veya akrabası olarak karşımıza çıkması gerçek kadın işletmelerin tespitinde İz Sürme (Tracer) Yönteminin kullanılmasına sebep olmuştur. İz Sürme Yöntemi ile araştırmaya katılan gerçek kadın girişimcilerin tanıdıkları veya bildikleri kadın girişimcilere yönlendirmeleri doğrultusunda diğer gerçek kadın girişimcilere ulaşılabilmiştir.

Kadın girişimcilerin değerlendirileceği saha çalışmasında, sosyal bilimlerde kullanılan başlıca araştırma yöntemlerinden biri olan nitel araştırmalarda İz sürme (Tracer) Yöntemi uygulanacaktır. Tracer çalışmaları nitel araştırma yöntemlerinden biri olup hem veri toplama hem de örnekleme için güvenilirliğini sağlamaya yönelik bir yöntemdir. Tracer çalışmaları şu şekilde tanımlanabilir; bazı etiketlerin (örneğin dokümanlar) yardımıyla belirli bir zaman diliminde ve ilgili gruplar üzerinde örgütsel süreçlerin tanımlanması metodudur. Tracer yaklaşımı ayrıca tesadüf olmayan örnekleme için bir başka çeşidi olan kartopu örnekleme de benzetilmektedir. Kartopu örneklemede araştırmacı bir bilgi verici ile başlar ve araştırma süreci devam ettikçe katılımcıların sayısı aynen bir kartopu gibi yuvarlanarak artar. Tracer çalışmaları ve kartopu örnekleme arasındaki en önemli fark tracer çalışmalarında katılımcılar tarafından önerilen yeni bilgi kaynakları diğer kaynaklar yardımıyla analizde kontrol edilir. Yani yeni kaynaklar her zaman kabul edilmeyebilir (İşçi 2008).

Araştırma alanı içinde anket uygulanan girişimci kadın işletmelerinin kayıtlı oldukları meslek odalarına göre dağılımı Çizelge 3.4'de verilmiştir. Çizelgede görülen değerlere göre Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı kadın girişimcilere en fazla Çorlu İlçesinde (27 kadın) anket uygulanırken Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı kadın girişimcilere en fazla Çerkezköy İlçesinde (15 kadın) anket uygulanmıştır.

Araştırma sahası olan Tekirdağ İl sınırları içindeki kadın girişimcilere uygulanan anketlerin ilçelere göre dağılımı; %27 Çorlu (30 kadın girişimci), %19,8 Çerkezköy (22 kadın girişimci), %18 Merkez ilçe (20 kadın girişimci), %8,1 Malkara (9 kadın girişimci), %6,3 Hayrabolu (7 kadın girişimci), %6,3 Saray (7 kadın girişimci), %6,3 Muratlı (7 kadın girişimci), % 4,5 Şarköy (5 kadın girişimci) ve %3,6 Marmara Ereğlisi (4 kadın girişimci) şeklinde yapılmıştır.

Çizelge 3.4. İşletmelerin Meslek Odaları ve İlçelere Dağılımı

İlçe	Meslek Odaları		Toplam	%
	Ticaret ve Sanayi Odaları	Esnaf ve Sanatkârlar Odaları		
Çorlu	27	3	30	27,0
Çerkezköy	7	15	22	19,8
Merkez	15	5	20	18,0
Malkara	6	3	9	8,1
Hayrabolu	3	4	7	6,3
Saray	-	7	7	6,3
Murathı	-	7	7	6,3
Şarköy	-	5	5	4,5
M. Ereğlisi	-	4	4	3,6
Toplam	58	53	111	100,0

Araştırma bölgesinde içinde İz Sürme yöntemi kullanılarak kadın girişimcilerin yönlendirmeleri sonucu seçilen işletme sahibi kadınlar iş yaptıkları sektörler göre gruplandırılmıştır. Buna göre Çizelge 3.5 incelendiğinde; % 27,1’lik (30 işletme) oran ile en fazla araştırma kapsamına dahil olan sektör “tekstil, konfeksiyon ve dayanıklı tüketim malları” pazarlayan kadın işletmeler olmuştur. İkinci sırayı % 23,4’lük (26 işletme) oran ile “gıda ve yeme-içme pazarlayan ve çeşitli hizmet veren işletmeler” alırken üçüncü sırayı, % 16,2’lik (18 işletme) oran ile “konaklama, sağlık ve eğitim hizmetleri veren işletmeler” almıştır. Sıralamada dördüncü sırayı, % 14,4’lük (16 işletme) oran ile “inşaat, emlak ve mühendislik hizmetleri veren işletmeler”; beşinci sırayı, % 13,5’lik (15 işletme) oran ile “tarım ve hayvancılık faaliyetleri ile uğraşan işletmeler”; altıncı sırayı, % 5,4’lük (6 işletme) oran ile “her türlü imalat faaliyetlerinde bulunan işletmeler” almıştır. Yedinci sırayı ise; “akaryakıt pazarlama, otomotiv satış/servis ve ulaştırma hizmeti veren işletmeler” almış ancak kadın girişimci işletmeye ulaşamadığından değerlendirmeye alınacak veri elde edilememiştir.

Çizelge incelendiğinde Tekirdağ’da araştırma kapsamına dahil olan Ticaret ve Sanayi Odalarına kayıtlı kadın girişimci işletmelerin daha çok hizmetler sektöründe (sigortacılık, emlakçılık, mühendislik, konaklama, sağlık, eğitim, vb...) faaliyet gösterdiği görülmektedir. Esnaf ve Sanatkarlar Odalarına kayıtlı kadın girişimci işletmeler ise daha çok gıda (bakkal, büfe, manav, pastane, kuruyemiş işletmeciliği, vb...), restoran (lokanta, kafeterya, vb...) ve diğer hizmetler (çiçekçilik, kuaförlük, güzellik salonu, parfümeri,

hediyelik eşya, kırtasiyecilik, vb...) sektörü ile konfeksiyon (butik, tuhafiyeye, terzilik, vb...) ve dayanıklı tüketim malları pazarlama sektörlerinde faaliyet gösterdikleri söylenebilir.

Çizelge 3.5. İşletmelerin Meslek Gruplarına Dağılımı

Sektör	Meslek Odaları		Toplam	%
	Ticaret ve Sanayi Odaları	Esnaf ve Sanatkârlar Odaları		
Tarım	13	2	15	13,5
İmalat	6	-	6	5,4
İnşaat, Emlak, Mühendislik	14	2	16	14,4
Otomotiv, Ulaştırma	-	-	-	-
Gıda, Restoran, Diğer Hizm.	3	23	26	23,4
Konfeksiyon, Dayanıklı Tük.	8	22	30	27,1
Konaklama, Sağlık, Eğitim	14	4	18	16,2
Toplam	58	53	111	100,0

Narin ve arkadaşlarının (2006) “Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma” adlı makalesinde; kadın girişimcilerin genellikle seçtikleri faaliyet alanlarına bakıldığında müşterilerinin çoğunlukla bayan olan faaliyet alanlarının tercih ettikleri söylenebilir. Bu durum kadınların iş hayatında yaşadığı cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı engelini de önemli oranda gerçekleştirmektedir. Çünkü kadının toplumdaki cinsiyet rolünden dolayı onun ev hayatı ve iş hayatı arasında denge kurmak zorunda olması, onun daha çok kadınların çalıştığı mesleklere yönelmesine yol açmıştır. Gökakın (2000) “Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Kadın Girişimci Profili” adlı çalışmasında; kadınların, erkek egemen sektörlerden çok az sermaye gerektiren “kadınsı” alanlarda faaliyette bulduklarını ifade etmiştir. Özellikle kadınların sanayi sektöründeki varlıklarının erkeklere kıyasla çok düşük olduğunu ve emek yoğun hafif sanayi dallarında göreceli olarak dar bir alanda faaliyet gösterdiklerini ifade etmektedir.

3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntemler

Araştırma kapsamında Ticaret ve Sanayi Odalarına kayıtlı 1594 ve Esnaf ve Sanatkar Odalarına kayıtlı 3308 kadın işletme olduğu verilerle tespit edilmiştir. Ancak yapılan ön araştırmada verilerde sahibi kadın olarak görülen işletmelerin birçoğunda kadının işletmede faal olarak çalışmadığı, genelde kadının eşi tarafından işletmenin girişimcilik faaliyetlerinde bulunduğu gözlenmiştir. Gerçek kadın işletmelerini tespit etmek amacı ile odaların yetkilileri

ile teker teker görüşülmüş (Çizelge 3.6) ve iz sürme tekniğini kullanarak aktif kadın işletmelerindeki iş yeri sahiplerine ulaşılabilmektedir.

Çizelge 3.6. Esnaf ve Sanatkar Odaları Yetkilileri ile Görüşme Detayları

Meslek Odası	Detaylı bilgi	Meslek Odası	Detaylı bilgi
TEKİRDAĞ SEYYAR ESNAF VE PAZARCILAR	16.07.2012 Genel Sekreter Öznur Öner	ÇORLU MADENİ ESYA VE SANATKÂRLAR	17.07.2012 Genel Sekreter Gülderen Civanoglu
TEKİRDAĞ ELEKTRİK VE ELEKTRİKÇİLER	17.07.2012 Genel Sekreter Belkıs Tekin	HAYRABOLU ESNAF VE SANATKARLAR	17.07.2012 Genel Sekreter Göksen Ülbeği
TEKİRDAĞ BAKKALLAR VE BAYILER ODASI	16.07.2012 Genel Sekreter Ayşe Özer Üren	HAYRABOLU ŞÖFÖRLER VE OTOMOBİLCİLER	17.07.2012 Genel Sekreter Serdar Yokuş
TEKİRDAĞ KAHVECİLER VE BÜFECİLER ODASI	17.07.2012 Genel Sekreter Aylin Kurt	SARAY ESNAF VE SANATKÂRLAR ODASI	17.07.2012 Genel Sekreter Hakan Pektaş
TEKİRDAĞ BERBERLER VE KUAFÖRLER	18.07.2012 Başkan Mustafa Kahraman	SARAY ŞÖFÖRLER VE OTOMOBİLCİLER	19.07.2012 Genel Sekreter Seda Alver
TEKİRDAĞ ŞÖFÖRLER VE OTOMOBİLCİLER	24.07.2012 Genel Sekreter İlyas Küçükmidil	MARMARA EREĞLİSİ ESNAF VE SANATKÂR	18.07.2012 Genel Sekreter Elif Çokzeir
TEKİRDAĞ KEBAPÇILAR KÖFTECİLER TATLICILAR VE LOKANTACILAR	18.07.2012 Genel Sekreter Cansu Çeşmeli	MALKARA ESNAF VE SANATKÂRLAR ODASI	17.07.2012 Genel Sekreter Şaban Kocaman
TEKİRDAĞ MADENİ ESYA VE AĞAÇ İŞLERİ SANATKARLARI	16.07.2012 Genel Sekreter Semra Karaman	MALKARA ŞÖFÖRLER VE TOMOBİLCİLER ODASI	16.07.2012 Genel Sekreter Haldun Baştürk
TEKİRDAĞ TERZİLER KONFEKSİYON TUHAFİYE GİYİM SANATKARLARI	16.07.2012 Genel Sekreter Aslı Tıraka	MALKARA MADENİ ESYA VE SANATKÂRLAR ODASI	16.07.2012 Genel Sekreter Sabri Özfidan
ÇORLU ESNAF VE SANATKARLARI	19.07.2012 Genel Sekreter Günay Avkıran	MALKARA KAHVECİLER ODASI	17.07.2012 Genel Sekreter Mediha Aydın
ÇORLU SEYYAR ESNAF VE PAZARCILAR ODASI	20.07.2012 Genel Sekreter Ebru Erkos	MURATLI ESNAF VE SANATKÂRLAR ODASI	18.07.2012 Genel Sekreter Sema Kahya
ÇORLU BAKKALLAR VE MANAVLAR ODASI	17.07.2012 Genel Sekreter Remziye Yıldız	MURATLI ŞÖFÖRLER VE OTOMOBİLCİLER ODASI	17.07.2012 Genel Sekreter Saadet Güler
ÇORLU KAHVECİLER ODASI	19.07.2012 Genel Sekreter Yıldız Filiz	MURATLI MADENİ ESYA VE SANAT. ODASI	17.07.2012 Genel Sekreter Tahsin Kıpık
ÇORLU BERBERLER VE KUAFÖRLER	18.07.2012 Genel Sekreter Türkan Kuluptakan	ÇERKEZKÖY ESNAF VE SANATKÂRLAR	23.07.2012 Başkan Ali Bozdağ
ÇORLU TERZİLER ODASI	16.07.2012 Genel Sekreter Leyla Sarışın	ÇERKEZKÖY ŞÖFÖRLER VE OTOMOBİLCİLER	19.07.2012 Genel Sekreter Gülşen Göbel
TEKİRDAĞ İNŞAAT SANATKARLAR	24.07.2012 Genel Sekreter Aysun Ergen	ŞARKÖY ESNAF VE SANATKÂRLAR	16.07.2012 Genel Sekreter Şenay Batı

Araştırma bölgesi içinde uygulanan toplam 125 anketin 14 tanesine verilen cevaplar güvenilir görünmediğinden elenmiş ve 111 anket değerlendirme kapsamına alınmıştır. Anketlerin değerlendirilmesi için SPSS paket programında genel bir veri tabanı oluşturularak, sorulan sorulara göre genel bir kodlama plânı yapılmış ve anketler bu kodlama plânına göre bilgisayara girilmiştir. Araştırma sonuçlarının bir kısmını % oranlarına göre çizelgeler halinde vermek yeterli görülmüştür. Araştırma sonuçlarına güvenilirlik analizleri, faktör analizleri yapılmış ki-kare testleri uygulanarak çapraz tablolar oluşturulmuştur.

3.2.3. Anket formunun güvenilirlik analizleri

Yapılan araştırmada kullanılan anket formundaki ölçeklerin anlamlı sonuçlar verebilmesi için, kullanılan ölçeklerin güvenilirlik boyutunun araştırılması gerekmektedir. Güvenilirlik, aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki tutarlılık olarak ifade edilmektedir. Güvenilirlik analizi ile ölçek ile ölçülmek istenilen ortak değeri eşit olarak paylaşmayan değişkenleri belirlemek ve bu değişkenleri analiz dışı bırakarak, ölçeğin iç tutarlılığının artırılması hedeflenilmektedir. Diğer taraftan güvenilirlik, bir ölçümün hatadan bağımsız kalma derecesini de göstermektedir. Bir ölçümün güvenilirliği çeşitli yöntemlerle bulunmaktadır. Diğer benzer çalışmaların birçoğunda olduğu gibi bu araştırmada da bu yöntemle hesaplanan Cronbach's Alpha güvenilirlik testi kullanılmıştır. Bu testteki güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında yer almaktadır (Çizelge 3.7). Nunnally bu katsayının 0,70 ve daha yukarıda olmasını tavsiye etmektedir. Başka bir anlatımla, bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilebilmesi için bu katsayının 0,70 ya da daha büyük değerde olması istenmektedir. Güvenilirliği düşük olan bir ölçme bilimsel bir değer ifade etmez. Ancak güvenilirliğin yüksek olması da yapılan ölçümün amacına uygun olduğunu garanti etmemektedir. Anketin sadeleştirilmesi ve geliştirilmesinde, başka bir anlatımla ölçülmek istenilen ortak değeri temsil etmeyen değişkenlerin tespitinde Nunnally tarafından tavsiye edilen Cronbach' Alpha testi kullanılmıştır. Cronbach'Alpha testinde, ilgili değişkenin (sorunun) ölçüm dışı bırakılması halinde ölçeğin güvenilirliğinin nasıl etkilendiğini gösteren "değişken çıkarıldığında alfa katsayısı" verisi kullanılmaktadır (Nakip 2006).

Çizelge 3.7. Alfa Katsayısının Güvenirliği

Katsayı	Güvenilirlik Derecesi
0,01-0,20	Hiç Güvenilmez
0,21-0,40	Güvenilmez
0,41-0,60	Nispeten Güvenilir
0,61-0,80	Güvenilir
0,81-100	Çok Güvenilir

Katsayıların yorumu Çizelge 3.8 Alfa Katsayısının Güvenirliği tablosundan yararlanarak yapılabilir. Anket formumuz içerisinde yer alan “kadın girişimcilerin alacakları eğitimlerin işlerini geliştirmelerine etkileri”, “kadın girişimcilerin işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri”, “kadın girişimcilerin işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri” ve “kadın girişimcilerin çalışma hayatı boyunca karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri” ile ilgili ölçeklere Cronbach’Alpha testi ayrı ayrı SPSS Versiyon 17.0 kullanılarak uygulanmıştır. Bu ölçeklere ilişkin güvenilirlik analiz sonuçları Çizelge 3.8’de yer almaktadır.

Çizelge 3.8. Uygulanan Anketin Güvenirlik Analizi

Kadın girişimcilerin alacakları eğitimlerin işlerini geliştirmelerine etkileri	Kadın girişimcilerin işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri
Alpha Katsayısı = 0,815	Alpha Katsayısı = 0,915
Kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri	Kadın girişimcilerin çalışma hayatı boyunca karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri
Alpha Katsayısı = 0,878	Alpha Katsayısı = 0,786
Başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerin önem dereceleri	Kadın girişimcilerin kendilerini nasıl tanımladıklarını gösteren özelliklerin önem dereceleri
Alpha Katsayısı = 0,857	Alpha Katsayısı = 0,647

Cronbach’Alpha testi sonunda kadın girişimcilerin alacakları eğitimlerin işlerini geliştirmelerine etkilerine ait ölçeğin alfa katsayısı 0,815, kadın girişimcilerin işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem derecelerine ait ölçeğin alfa katsayısı 0,915, kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları zorlukların önem derecelerine ait ölçeğin alfa katsayısı 0,878 ve kadın girişimcilerin çalışma hayatı boyunca karşılaştıkları zorlukların önem derecelerine ait ölçeğin alfa katsayısı 0,786 olarak bulunmuştur. Bu altı oran da Çizelge 3.8.’de yer alan alfa katsayısı oranları ile ilişkilendirildiğinde ankette yer alan ölçeklerin çok güvenilir olduğu görülmektedir.

4. GENEL BİLGİLER

4.1. Girişimcilikle İlgili Temel Kavramlar

Girişim ve girişimcilik kavramları günümüzde çok sık kullanılan kavramlar olup girişim ve girişimciliği net bir tanımın içine yerleştirme oldukça zordur. İlk kez ortaçağda kullanılan bu kelimenin “entrepreneure” kökünden geldiği ve “iş yapan” anlamında olduğu bilinmektedir. Bu tanım zaman içinde değişmiş, gelişmiş ve özellikle 20. yüzyılda bu kavram daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme süreci olarak adlandırılmaya başlanmıştır (Dolgun 2003).

4.1.1. Girişim (teşebbüs) kavramı

Girişim bir işletmeyi kurma düşüncesine sahip olma, bunun için çaba sarf etme ve sonrasında bir işletmeyi kurma olarak tarif edilebilir. Bu bağlamda her başarılı girişimin sonucunda bir işletme oluşmaktadır. Bir birimin işletme olabilmesi için insanların gereksinimlerini karşılayıcı mal ve hizmet üretmek amacıyla üretim faktörlerinin bir araya getirilip faaliyette bulunulması yeterli olmaktadır. Oysa bir işletmeye girişim denilebilmesi için bu iki özellik yanında sürekli faaliyette bulunması, ürettiği ekonomik mal ve hizmetlerin başkalarının gereksinimlerini karşılaması, bu mal hizmetlerin bir fiyatının olması gerekmektedir. Girişimi kavramını doğa, sermaye ve emeğin birleştirilmesinden oluşan bütün olarak görenler olduğu gibi, girişim kavramını işletme ile aynı fakat ayrı bir işlev olarak algılayanlar da vardır. Bu yaklaşıma göre girişim ve işletme bir organizasyonun iki ayrı işlevidir. Teknik anlamda üretim faktörlerinin birleştirilmesiyle ilgili çalışmalar işletmenin işlevleri, finansman, organizasyon, alım ve pazarlama gibi faaliyetler de girişimin işlevleridir. Yani işletme teknik bir konuyu, girişim ise yasal ve finansal konuları ifade etmektedir (Akat ve ark. 1994). Girişim ile işletme kavramları genellikle birbirleriyle karıştırılmaktadır. İşletme teknik bir birim olup; fabrika, atölye, mağaza vb. birimleri ifade ederken, girişim ise hukuki, iktisadi ve finansal bir birim olup birden çok işletmeyi çatısı altında toplamaktadır (Dinçer ve Fidan 1995).

4.1.2. Girişimci (müteşebbis) kavramı

Girişimci kavramı sözlük anlamı olarak; iktisat teorisinde emek, sermaye ve doğal kaynaklar yanında dördüncü üretim faktörüdür. Genellikle işletme ve yöneticilerine verilen isim, doğan fırsatlardan yararlanma, yeni fırsatlar yaratabilme ve risk alma özelliği olan kişidir. Girişimci, müteşebbis olarak da tanımlanır. Girişimci halk arasında iş adamı, iş bilen, patron, kendi işini kuran becerikli kişi veya öncü atılgan gibi değişik isimlerle anılan, başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları gören, onları birer iş fikrine dönüştürebilen ve risk almaya yatkın olan kişidir. Girişimci; ilk kez 18. yüzyılın başında Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından “henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi” olarak tanımlanmıştır (Çelik ve Akgemici 1998). Yukarıda girişimci tanımlanırken; iş adamı, yönetici, patron gibi ifadeler kullanılmıştır. Yönetici ve girişimci kavramları bazen birbirine karıştırılarak tanımlansa da birbirinden çok farklı anlamlar taşıdıkları görülmektedir. Yönetici, kar ve risk başkalarına ait olmak üzere ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren ve böylece kurulan ya da çalışmakta olan işletmeyi amacına uygun çalıştırma sorumluluğunu üstlenen kişidir (Can ve ark. 1984).

Yenilik yapmak ve yaratıcılık girişimciliğin tanımını bütünleyen temel özelliklerdir. Girişimci; düşünce, buluş ve yenilik alanlarında hareket sağlayan, bu hareketi uygulayan ve işletmesini yeni alanlara, yeni fırsatlara yönelten kişidir. Girişimci değişiklikler yaratırken bir yandan da bu değişikliklerin sonuçlarından yararlanır. Girişimci mal ve hizmet üreten, zarar riskini göze alarak sahip olduğu sermayeyi yatırıma dönüştüren kişidir. Mal ve hizmet üretmek amacıyla yapılan yatırım etkinlikleri “girişim”, söz konusu işin sürekli bir meslek olarak sürdürülmesine ise “girişimcilik” denir (Tutar ve Küçük 2003).

Girişimci, ekonomik mal ve/veya hizmetleri üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren, kar amacı güden ve girişimlerin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanan kişidir. Girişimci üretim eylemlerine katılırken sermayenin tamamını ya da bir kısmını kendisi koyar, kar elde etme amacı güder ve her türlü riske katlanır. Oysa yönetici genellikle sermaye ve elde edilen karla ilgisi olmayan ve riske katlanmayan kişidir. Yönetici girişimciye karşı sorumludur ve işletme amaçlarını en iyi biçimde gerçekleştirmek zorundadır. Yönetici, girişimcinin ileri sürdüğü fikirleri uygulamak

ve gösterdiği hedeflere ulaşabilmek için yolları saptayan ve bunu yaparken içinde bulunduğu durumun muhasebesini yapan, bu yollardan geçişin zamansal ve parasal programını düzenleyen kişidir (Palmer ve Hyman 1993). Bir işletmede girişimci ve yönetici aynı kişi olabilir. Bu durumda girişimci hem işletmenin sahibi hem de yöneticisidir. Girişimci; yaratıcı, yapıcı, başarılı olmak isteyen, riski üstlenen, uzun vadeli düşünebilen kişi iken yönetici ise birleştirici, yetiştirici, daha kısa vadeli düşünen ve riski daha az üstüne alan kişi olarak sınıflandırılır. Girişimci, yöneticiye kıyasla daha fazla işletme sahibi olmanın özelliklerini ve risklerini taşımaktadır. Girişimci kendi bulunduğu konumdan emindir. Yönetici ise kendi konumundan emin olmadığı için sürekli kendini kanıtlamak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle yönetici işletmenin öncelik ve risklerini girişimci kadar düşünmemektedir. Girişimci daha çok kontrol odaklıyken yönetici düzen odaklıdır (Şekerler 2006).

Girişimcinin çağdaş toplumdaki temel işlevi, sürekli yenilikleri gerçekleştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan, modern girişimcinin gücü; yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri gerçekleştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda girişimci kavramı, sürekli yenilik yapan kişi veya kişiler anlamında kullanılmaktadır. Bilinenleri en iyi yapan hünelerine aklını da katan, olağan ve olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi yaratıcı girişimcidir. 20. yy da ortaya çıkan girişimcilik teorisine göre, girişimci risk alarak yenilik yapan kişidir. Diğer bir deyişle girişimci fırsatları gözlemleyen ve onları bulduğunda her türlü riski alarak gerçekleştirmeye çalışandır (Çetindamar ve Pınarcıoğlu 2002).

4.1.3. Girişimcilik kavramı

Girişimcilik, birçok yazar tarafından farklı bakış açılarıyla incelenmiş olup çoğunlukla ekonomistler tarafından yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak risk, sermayenin tedarik edilmesi, üretim faktörlerinin koordinasyonu gibi konular ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır. Girişimcilik; yeni bir işin başlatılması, gerekli kaynakların sağlanması ve bu işle ilgili risk ve kazançların kabul edilmesidir. Girişimcilik yeterli çaba ve zaman tahsis edilerek finansal, fiziksel ve sosyal risklere katlanarak parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde edilerek yeni bir değer yaratma sürecidir. Girişimcilik refah, sermaye, zaman ve belli bir kariyerde ilerlemeye ilişkin büyük riskleri üstlenebilen veya bir kısım ürün ve hizmetlerin değer kazanmasına katkıda bulunan bireyler tarafından yaratılmaktadır (Hisrich ve Michael

1985). Girişimcilik; risk ve belirsizlik koşulları altında, kazanç elde etme ve büyüme amacı ile yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasıdır Aşağıda girişimciliğin farklı tanımları yer almaktadır (Dollinger 1999):

- Girişimcilik; fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türüdür.
- Girişimcilik; bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir,
- Girişimcilik; niyet, kaynak, sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak yeni birleşimler yaratma sürecidir,
- Girişimcilik; daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş fırsatları yakalamaktır,
- Girişimcilik; daha önce rutin, sıradan is süreçlerinde yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır.

Girişimcilikle ilgili bu tanımlar incelendiğinde, girişimcilik kavramının, yenilik ve yaratıcılığı içerecek şekilde tanımlandığı görölmektedir. Günümüzün modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticilerinin girişimcilik kavramını; yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıkladıkları görölmektedir (Korkmaz 2000). Yukarıda yapılan girişimcilik tanımlarının odaklandığı temel noktalar yenilik, yaratıcılık ve risk almaktır. Bu üç kavram birleşerek girişimciliğin ana temasını oluşurmaktadır.

4.1.4.Girişimcilerin temel özellikleri

Yaradılış ve güdüler açısından bakıldığında birçok değişik niteliklere sahip girişimcilerin bulunduğu görölmektedir. Girişimcilerin sahip olmaları öngörülen özellikler yelpazesi çok geniştir. Herhangi bir girişimci bu özelliklerin tümünü taşımayabilir. Hiçbir girişimci, kişisel özellikleri açısından bir diğerine benzemez, genellikle birbirinden belirgin biçimde farklıdırlar. Fakat farklı kişilik özellikleri ve beceriler açısından bakıldığında, girişimciler bir kategori olarak girişimci olmayanlardan belirgin biçimde ayrılırlar. Girişimcilerin, çoğunlukla özgüven, risk altına girme, esneklik, başarı ve bağımsızlık gereksiniminin yüksek düzeyde olduğu görölmektedir (Eyüboğlu 2003). Girişimcilerin özellikleri;

- Vizyon sahibi ve hayal gücü kuvvetli olma,
- Özgüveni yüksek ve sorumluluk sahibi olma,
- Analitik ve sentezci düşünme yeteneğine sahip olma,
- Eğitilmiş olma,
- İleriyi görebilme ve analiz yapabilme yeteneğine sahip olma,
- Risk alabilme,
- Sorun çözme ve hızlı karar verme özelliğine sahip olma,
- Yüksek başarı güdüsüne sahip olma,
- Esnek ve sempatik olma,
- Yenilikçilik ve yaratıcılık özelliklerine sahip olma,
- Zamanı etkin kullanma ve yönetme özelliğine sahip olma,
- Motivasyon yeteneğine sahip olma,
- Katılımcı yönetim anlayışına sahip olma,
- Entelektüel kişiliğe sahip olma,
- Entelektüel liderlik özelliğine sahip olma,
- Takım çalışmasına önem verme,
- Küresel ölçekte düşünme yeteneğine sahip olma şeklinde çoğaltılabilir.

Başarılı girişimciler kendi yargılarına fazlasıyla güvenen, diğer insanlarla başarılı biçimde etkileşimde bulunan, sosyal algıları yüksek ve yeni durumlara daha hızlı uyum sağlayan insanlardır. Girişimcilerin genel özelliklerinin temelinde yaratıcılık ve risk almak yatmaktadır. Yaratıcı olan girişimci iş fırsatlarını görüp değerlendirir ve riski üzerine alarak işletmesini kurar. İşletmeyi kurduktan sonra da üretici ruhu ve başarı hırsıyla işletmesinin devamlılığını sağlamayı hedef edinir. Başarılı girişimcilerin ilk özelliği hayal kurmaktır. Girişimciliğe başlayan kimselerin büyük bir çoğunluğunun çocukluktan başlayan, gençlik döneminde devam eden ve olgunluk çağıyla gerçekleşen hayalleri girişimci hareketlerinin odak noktasını oluşturmaktadır (Kopu 2001). Başarılı girişimcilerin bir diğer özelliği de girişilen iş ile ilgili amaçların belirlenmesi, hedeflerin tespit edilmesi ve olasılıkların oluşturulmaya çalışılmasıdır. Diğer bir özellik ise, girişimcinin eğitimi ve gelişmesidir. İnsan yaptığı şey ne olursa olsun öğrenmeyi sürdürürse kendisini geliştirebilir. Girişimci de kendisini geliştirmeli ve zamana ayak uydurmalıdır. Bir girişimci kendi girişimini yönetmeye başladığı zaman büyük sorumluluklar yüklenmektedir. Küçük işletmelerde girişimci, yönetici bazen de teknisyen aynı kişilikte toplanmaktadır. Böyle bir girişimci yeniliklere açık olmalı,

üstleneceği sorumlulukların altında ezilmemeye çalışmalıdır. Yukarıda açıklanan özelliklerin yanında başarılı bir girişimci profilinde bulunması gereken özelliklere ek olarak; iyi bir denetleyici olmak, çevre analizi yapabilmek, eleştirilere değer vermek, iş birliği ve ekip çalışmasına yatkın olmak, takım ruhuna sahip olmak ve iletişime açık olmak şeklinde detaylandırılabilir.

4.1.5. Girişimciliğin nedenleri

İnsanlara psikolojik, sosyolojik ve antropolojik yönden yaklaşıldığında hemen tamamının yaşamdan benzer beklentilerinin olduğu saptanabilmektedir. Birçok insan kendisinin başka insanlardan farklı olduğunu düşünür ya da başka insanlardan farklı olmak için uğraş verir. Kişiler ekonomik güçleri ölçüsünde farklılaşmakta, ekonomik sorunlara çözüm bulabildikçe de popülariteleri artmaktadır. Bu nedenle kişileri girişimciliğe yönelten birçok faktör bulunmaktadır. Bunları; kar elde etme isteği, bağımsız olma isteği ve kişisel tatmin sağlama isteği şeklinde üç ana grup altında toplamak mümkündür. Bu yargılardan hareketle kişileri girişimciliğe yönlendiren temel faktörler; parasal harcamalarda esnekliğe sahip olmak, güven ve statü kazanmak, toplumda kendine bir yer edinmek, bilgi toplumunda yaratıcı düşünceleri uygulamak şeklinde çoğaltılabilir (Betil 2007).

Profesyonel ve teknik eğitime sahip olan, yeterli iş deneyimi bulunan, çeşitli nedenlerle başkalarının yanında çalışma olanağı bulunmayan veya sınırlı olan birçok kimse kendine iş kurarak girişimciliğe başlar. Belirli bölgelerde endüstrinin bulunmaması, kişilerin iş yaşamına atılmalarına neden olabilir. Kimi durumlarda da, büyük işletmelerin neden oldukları tekeller ve bürokrasiye gösterilen tepki nedeniyle kişilerin iş yaşamına atıldıkları görülmektedir. Girişimci olan iş adamlarının bunu tercih etmelerindeki önemli bir neden de, aileden kalma bir işletmeyi devam ettirme mecburiyet veya arzudur. Girişimcilik sadece bir işletme kurmak değildir. Bunun yanı sıra hali hazırda kurulmuş bulunan bir işletmeyi devralma ya da franchising uygulamaları da diğer girişimcilik şekilleridir. Kurulmuş bulunan bir işletmeyi devralmak her şeyden önce girişimciye zaman kazandırmaktadır. Bunun yanı sıra, girişimci bu yolla yetişmiş iş gücü, ekipman vb. gibi kendisinde olmayan kaynaklara sahip olma şansını da yakalar. Kurulmuş ve piyasada belli bir yer ve imaj kazanmış olan işyerinin müşteri kitlesi de hazırdır. Girişimci devraldığı işin daha önceden kurulmuş olan bağlantılarını örneğin; tedarikçi, dağıtım kanalları vb. kullanma imkanı bulur. Bir işi devralmanın çeşitli yararlarının yanı sıra bazı sakıncaları da mevcuttur. Her şeyden önce

girişimci devraldığı işletmenin tüm problemlerini devralmış demektir. Bunun yanı sıra, devralınan işletmenin piyasada kötü bir imajı ya da ürünü veya hizmetinde bir sorun varsa girişimcinin bu durumu düzeltmek için çok çaba sarf etmesi gerekebilir (Danşık 2001).

Kişinin kendi işini kurmasının ya da yönetmesinin çeşitli yarar ve sakıncaları vardır. Girişimci ise başlamadan önce bu sakıncaların farkında olmalı, iyi bir analiz yapmalı ve ona göre girişimciliğe başlamalıdır. Girişimciliğin sadece kişinin kendisine değil topluma da büyük yararları vardır. Girişimciliğin sakıncaları ise sadece girişimi üstlenen kişiye yani girişimciye aittir, toplum açısından hiçbir sakıncası yoktur. Girişimcilik, işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunduğu için ekonomik büyümenin önemli bir bileşenidir. Çünkü girişimci; üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar. Ayrıca kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır. Bu yönüyle girişimci toplumsal yarar sağlamada önemli roller üstlenir. Girişimci yeni düşüncelerin yayılması ve uygulanmasını hızlandırır ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına da yol açar. Teknoloji kullanılan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır. Girişimciliğin ülke ekonomisine katkıları olduğu gibi girişimcinin kendisine de yararları vardır. Girişimciliğin; özerklik, başarıma hırsı ve finansal kontrol gibi yararları vardır. Girişimci kişi kendi işinin patronudur, başkalarından emir almaz, yeteneklerini özgürce kullanabilir (Kınay 1998). Günümüzde insanlar istemedikleri işlerde çalışmak zorundadırlar. Bu anlamda girişimci kişi istediği bir işte çalışır. Girişimci belli bir süre sonra yaptığı iş sektöründe tanınır, saygınlık kazanabilir. Girişimci başkalarının göremedikleri ya da uğraşmadıkları işleri keşfeder ve kendileri için fırsat oluşturur. Girişimciliğin yararları olduğu kadar sakıncaları da vardır. Girişimcilik, aslında bir kişinin seçebileceği en zor mesleklerden biridir. Girişimci olan kişi işletmesini kurmadan önce bu sakıncaların bilincinde olmalı ve bunları göze alarak girişimciliğe başlamalıdır. Girişimciliğin temel sakıncaları; kişisel özverilerde bulunma, sorumluluk yükü altında ezilme ve zarara fazla tolerans gösterememek şekilde ifade etmek mümkündür.

4.1.6. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik, çevresel faktörlerden doğan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar oluşturabilme amacıyla ekonomik mal ya da hizmet üretebilecek üretim faktörlerine sahip olma, örgütlenme yeteneği ve risk alma faktörleri ile bağdaştırılmaktadır.

Küresel dünya her yönüyle büyük bir değişim yaşamakta bu sürece olarak bireyler, işletmeler ve hatta devletler bu değişime ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. İşletmelerdeki değişim ise çok farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Küresel dünyada rekabet güçlerini artırmak durumunda olan işletmeler; çevre, insan hakları, eğitim, sağlık vb. konulara da giderek daha duyarlı hale gelmektedirler. Genel tanımlama ile "Sosyal Girişimcilik" veya "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" şekilde ifade edilen bu süreç; şirketlerin gönüllü olarak toplumsal ve çevresel konuları, ortak ve paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle bütünleştirmeleri anlamına gelmektedir. Sosyal girişimler; sosyal bir amaçla kurulur ve faaliyet gösterir, ekonomik faaliyetler yürütür ve elde ettikleri karı sosyal amaçları için kullanır. Sosyal girişimler, çoğunlukla ürün ve hizmetler yaratırken dezavantajlı grupları istihdam eder; sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma gibi girişimcilik odaklı bir yaklaşım içinde hareket ederler. Sosyal girişimcilik (Gürgen 2008);

- İşletmelerin gücünü sorumlulukla dengeler,
- Satışlarda, pazar payında ve karlılıkta sürekli artış sağlar,
- İşletmenin toplumsal imajını yükseltir,
- Nitelikli çalışanları çekme ve elde tutma olanağı sağlar,
- İşletmeye yatırımcılar ve mali analiz uzmanlarının sempatisini ve ilgisini artırır.

Sosyal girişimcilikte gönüllülük esastır. Bu özelliğinden dolayı da işletmeleri olduğu kadar Sivil Toplum Kuruluşları'nı da içine almaktadır. Dünyada ve daha yakın bir zamanda olmak üzere Türkiye'de bugün sosyal girişimcilik alanında önemli projelere imza atan işletmelerin ve Sivil Toplum Kuruluşları'nın sayısı giderek artmaktadır.

Ülkemizdeki girişimciliğin son yıllarda daha bilinçli ve profesyonelce yapıldığı görülmektedir. Önceleri daha çok bireysel girişim niteliğinde organize olamamış, profesyonel olmayan ve halka açılmayan, uzun dönemli planlama yapamayan işletmelerin varlığı söz konusu iken son yıllarda piyasa araştırması yapan, halka açık, serbest piyasa ekonomisi kurallarına uygun davranan girişimcilerin yaygınlaşması olumlu bir gelişmedir (Çelik ve Akgemici 1998).

Herhangi bir sektörde kendi kurduğu iş olsun ya da olmasın rekabet edilebilirliği artırmak ve işletme içerisinde karlılığı yükseltmek için aynı zamanda bir girişimcinin sahip olduğu veya olması gereken özellikleri de taşıyan kişiler “iç girişimciler” olarak tanımlanır. İç girişimcilik ise tanımlanan iç girişimcinin işletme içerisinde gösterdiği faaliyetler bütünüdür. İç girişimciliğin önemi birçok işletme tarafından anlaşılmaya başlanmıştır. İşletmelerin iç girişimciliğe önem verme nedenleri; içinde buldukları rekabet ortamı, işletme için faydalı olan çalışanların işletmeden ayrılarak kendi işlerini kurmaları ve adeta rakip haline gelmeleri, verimlilik ve etkinliğin artırılmak istenmesi şeklinde çoğaltılabilir. Bu bağlamda günümüz ekonomik koşullarında işletmelerin mutlaka yenilikçi olmaları ve değişimlere ayak uydurabilmeleri gerekmektedir (Ağca ve Yörük 2006).

İç girişimcilik kısaca "faaliyet halindeki organizasyonlardaki girişimcilik" olarak ele alınmakta, organizasyonel ve genel ekonomik gelişmede çok önemli bir dinamik unsur olarak değerlendirilmektedir. Gerek akademisyenler, gerekse uygulamacılar bu kavrama 80'li yıllardan beri ilgi göstermektedirler. Bu ilginin temelinde iç girişimciliğin firmaları gerek karlılık gerekse ekonomik büyüme bakımından yeniden canlandırması ve performanslarını iyileştirmesi yatmaktadır. Bununla birlikte iç girişimcilik sadece belirli sektörlerde faaliyet gösteren işletme organizasyonlarına yönelik de değildir; aynı zamanda bir bütün olarak ekonomiyi ele almakta ve her türlü işletme organizasyonlarına yönelik olabilmektedir. Çünkü iç girişimcilik bir ekonomiyi, verimlilik artışları, en iyi işletme uygulamalarının ortaya çıkarılması, yeni endüstri alanlarının yaratılması ve işletmelerin uluslararası rekabet seviyelerini yükseltmesi bakımından etkileyebilmektedir (Ağca ve Yörük 2006).

Girişimcilik temel olarak üç gruba ayrılmakta olup, bunlar; klasik anlamda, küresel anlamda ve güncel anlamda girişimciliktir.

4.1.6.1. Klasik anlamda girişimcilik

Klasik anlamda girişimcilik; fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olarak ikiye ayrılmakta olup her iki girişimcilik türü de kısaca aşağıda özetlenmiştir.

Fırsat girişimciliği: Mevcut ve potansiyel pazardaki değişimin getirdiği fırsatları görerek veya potansiyel fırsatları sezinleyerek mevcut veya hedef pazara mal satmak amacıyla yapılan girişimciliktir. Fırsat girişimciliği, pazarda meydana gelen genişleme veya kriz ile

birlikte pazara yeterince mal sunulmaması veya pazarın isteğine uygun fiyat ve kalitede mal sunulmaması nedeniyle ortaya çıkan fırsatları değerlendirmeyi öngörmektedir. Fırsat girişimciliğinden gerekli şekilde yararlanabilmek için girişimcinin pazardaki fırsatları değerlendirebilecek ve kar edebilecek bir bilgi birikimi ve yeteneğe sahip olması gerekir (Zöhre 1998).

Yaratıcı girişimcilik: Yeni bir fikir ve buluşun ya da mevcut bir mal veya hizmetin tasarlanarak beraberinde fiyat ve kalite gibi özelliklerin iyileştirilmesi ile kar edebilecek şekilde pazara sunulmasıdır. Sanayileşmenin gelişmesiyle birlikte işbölümü ve uzmanlaşmaya gereksinim artmış, finansman, üretim, pazarlama, araştırma vs. gibi işlevler gündeme gelmiştir. Bu durumda girişimci, söz konusu dallarla ilgili görev ve yetkileri yöneticilere bırakırken, kendisi uzun dönemli stratejik kararların alınması görevini üstlenmiştir. Yatırımcı girişimcilikte sermaye sahibinin egemenliği ve yönetimde son sözü söyleme hakkı işletme sahibindedir (Tekin 1999).

4.1.6.2. Küresel anlamda girişimcilik

Günümüzde girişimcilik kavramının boyutları hızla değiştiği için girişimcilikte coğrafi sınırların anlam ve önemini kaybolduğu görülmektedir. Küresel işletmecilikle birlikte girişimciliğinde küresel boyutta yapıldığı görülmektedir. Küresel anlamda girişimcilik üç gruba ayrılmakta olup bunlar aşağıda kısaca özetlenmiştir (Şekerler 2006).

Yerel girişimcilik; yeni işe başlayan ve girişimciliğin başlangıcında olan girişimcilik türüdür. Bu girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi sınırlıdır. İşletme içinde bulunduğu yerel alan (mahalle, köy, kasaba, vb.) içinde girişimcilik faaliyetlerini sürdürmektedir.

Bölgesel girişimcilik; girişimciliğin yerel girişimciliğe göre daha ileri aşamasıdır. Bu tür girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi daha fazladır. İşletme içinde bulunduğu bölge (il, bölge, ülke, vb.) içinde girişimcilik faaliyetlerini sürdürür.

Uluslararası girişimcilik; girişimciliğin en son aşaması olan türüdür. Bu tür girişimcilikte işletme sermayesi, çalışan sayısı ve iş hacmi çok büyüktür. İşletme için girişimcilik faaliyetlerini sürdüreceği alan sınırlı değildir. Bütün dünya üzerinde ürün ve hizmet pazarları konumundaki işletmelerdir.

4.1.6.3. Güncel anlamda girişimcilik

Güncel anlamda girişimcilik iki türden oluşmakta olup bunlar kamu girişimcileri ve piyasa ekonomisi içindeki girişimcilerdir. Kamu girişimcileri; genelde katı bütçe kısıtlamaları

ile siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak çalışırlar. Yani kimi zaman ekonomik kısıtlamaların ağırlık kazandığı alanlarda; genellikle dışarıdan gelen dürtulerle karar veren, kendi yarattığı kaynakları değil, hazır ya da kamunun ürettiği kaynakları kullanan kişilerdir. Piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimciler ise; dinamik (yenilikçi) girişimci ve olağan (takipçi) girişimci olarak ikiye ayrılabilir. Yenilikçi girişimciler piyasadaki değişimi izleyen yeni fikir ve yeni pazar arayışında olan yeni mal ve hizmet tasarlayan girişimcilerdir. Takipçi girişimciler ise; piyasadaki gelişmeleri izlemekle yetinen bu gelişmelere göre davranan, yenilik yapan girişimcilerin yolunda giden girişimcilerdir (Arıkan 2008).

4.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Yüzyıllardır süregelen düşünce ve anlayış sistemleri içerisinde girişimcilik incelendiğinde teorik olmasının dışında tarihsel süreç olarak da var olduğu bilinmektedir. Bu anlamda tarihsel perspektifte girişimcilik, ekonominin bir bilim olarak kabul görmeye başlamasının ardından 1700'l yıllarda devletin merkezizetçi anlayışından uzaklaşmasıyla görülen bir süreç olarak meydana çıkmıştır. Bu gelişmenin ardından özel girişime yönelme başlamış ve girişimcilik tarihsel olarak kabul gören bir olgu olmuştur (Betil 2007).

4.2.1. Dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimi

Bugünkü anlamıyla ilk risk alarak yatırım yapma işlemi Uzakdoğu ticaret yollarını geliştirmeye alışan Marco Polo tarafından gerçekleştirilmiştir. Polo, Avrupa'da üretilen malları Uzakdoğu da satmak amacıyla satın almış ve bu malların ticaretini yapmıştır. İngiltere'de doğan sanayileşme süreci ile birlikte girişimci insan tipi bambaşka nitelikler kazanmaya başlamış bu değişim, aynı zamanda girişimcinin ekonomik değerini ve dolayısıyla toplumdaki önemini artırmıştır. Nitekim bu gelişmenin sonucu olarak ekonomide de girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Özellikle bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler çeşitli düşünürlerce, insanlık tarihinde yeni bir toplumsal gelişmenin habercisi olarak algılanmıştır. Tarım ve sanayi toplumlarından bütünüyle farklı bir bilgi toplumunun ortaya çıkmakta olduğu ve bu toplumsal aşamada insanlığın daha zgr bir ortama kavuşacağı ileri sürülmüştür. Yeni dünya görüşüne göre, buhar makinesi insanın fiziki gücünü nasıl katlamışsa, bilgi teknolojileri de insan aklının gücünü öylesine katlamıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle, sermaye stratejik kaynak olmaktan çıkmış ve

yerini bilgiye bırakmıştır. Bunun bir sonucu olarak da girişimcilik hem anlam olarak hem de içerik olarak büyük bir değişime uğramıştır. İlk dönemlerde daha çok maddi unsurları ile ön plana çıkan girişimcilik bu dönemlerden itibaren; hızlı hareket etme, risk alma, tatmin olma gibi yeni beklentileri içine almış ve girişimciliğin tarihsel perspektifi değişmiştir (Karagöz 2009). Bu gelişme süreci, önce Avrupa Kıtasına, ardından da Amerika öncelikli olarak dünyanın diğer bölgelerine yayılarak, yepyeni bir ekonomik düzenin oluşmasını ve zenginliğin artmasını sağlamıştır. Dünya, 19 Yüzyılın sonlarına doğru Amerika kıtasında dev bir ekonominin doğmasına tanık olurken, ortaya çıkan muhteşem Amerikan zenginliğinin ardında aynı fenomen yer almaktadır, bu da girişimciliğdir. Amerikan özgürlüğünün en belirgin çizgisini “girişim özgürlüğü” oluşturmaktadır. “Bırakınız yapsınlar” sloganıyla özdeşleşen müteşebbislik hürriyeti, o imrenilen müteşebbis gücü, o güç de yarım yüzyıllık bir zamanda dünyanın en büyük ekonomik gücünü doğurmuştur. Bugün en başta ABD’de olmak üzere, diğer büyük ekonomilerde (Japonya, Almanya, İngiltere, Fransa v.d.), dünyadaki az gelişmiş veya gelişmekte olan pek çok devletin tüm milli gelirinden daha büyük sermayeye ve üretim gücüne sahip girişimciler bulunmaktadır (Parlak 2005). Bu tarihsel gelişmenin nedenleri incelendiğinde ise özellikle toplumsal değişimler ile yakın ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Doğa bilimlerinde meydana gelen gelişmeler sosyal bilimlerde kullanılacak yöntemlerin değişmesine ve dolayısıyla sosyal bilimlerin gelişmesine neden olmuştur. Fransız devrimi özgürlükleri güvence altına alırken, sanayi devrimi ekonomik anlamda hiç görülmemiş yenilikleri beraberinde getirmiştir ve nihayetinde “yeni ekonomik düzen” değişmiş ve küresel olarak devlet elinden kurtulan ekonomi özel teşebbüslerle desteklenmiş ve girişimciler ekonomik değer yaratmaya başlamıştır (Özalp ve ark. 2002).

Günümüzde girişimcilik her yönü ile incelenmesi gereken bir kavramdır. Girişimcilik, sadece girişimcilerin kendileri ve yaşadıkları bölge için değil, ülkeleri için büyük önem teşkil etmektedir. Zenginlik ve refahın kaynağı olan girişimcilik aynı zamanda ülkelerin dış ülkelere karşı gücünü ve etki alanını da belirleyen kritik bir olgu haline gelmiştir. Doğal kaynakları kısıtlı olan ülkelerin (Japonya, Danimarka, Hollanda, Güney Kore, Hong Kong, Singapur, Tayvan, İsviçre v.b.) girişimcileriyle zengin olduklarını ve zengin kaldıkları bilinmektedir. Bu bağlamda ülkelerin ekonomik güçleri siyasi güçlerini ortaya çıkarmakta ve ülkelerin dünya dengelerindeki yeri bu güçlere göre belirlenmektedir (Özçatal 2009).

4.2.2. Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi

Girişimciliğin Türkiye’deki tarihsel gelişim süreci incelendiğinde konunun bin yıllık bir süreç içerisinde şekillendiği görülmektedir. Bu gelişim Türklerin Orta Asya’dan gelip Anadolu’ya yerleşmeleri, göçebe toplumdaki yerleşik toplum düzenine geçmeleri ile birlikte ticaret ve zanaatkarlık konularında aktif olmaları ile başlamaktadır. Selçuklular döneminde ve Osmanlı’nın kuruluş döneminde bir esnaf-zanaatkar örgütü olan Ahilik Teşkilatının oldukça etkin ve başarılı olduğu görülmüştür. Ancak Osmanlı İmparatorluğu döneminde imparatorluğu oluşturan topluluklar arasında adeta bir işbölümüne gidilmiş ve Türkler ticaret işleri dışında bırakılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkler; askerlik, ulema, bürokrasi, hayvancılık ve tarıma yönlendirilmiş, ticaret işlerini ise Rumlar, Yahudiler ve Ermeniler üstlenmiş dolayısıyla Türk toplumunda istenilen derecede bir ticaret altyapısı oluşturulamamıştır (Odabaşı 2005).

4.2.2.1. Ahilik Teşkilatı

Ahilik felsefesi, temelleri 12’nci yüzyılda Kırşehir’de atılmış, daha sonra tüm Anadolu’ya yayılmış, izleri bugüne kadar süregelen kültürel, sosyal ve ekonomik bir oluşumdur. Ahilik kurumu mistik bir yol, bir tarikat olmaktan ziyade sosyal ve ekonomik yönden işleyen ve siyasal, askeri ve kültürel yönleri de bulunan bir toplum düzenidir. Ahilik, aynı zamanda sosyal hayat kadar ekonomik hayatı da yönlendiren ve günümüz koşullarında bile birçok ülkede gerçekleştirilememiş, adaletli, verimli ve son derece güzel bir sistemi Türk toplumuna kazandırmış bir kültürdür. Ahilik, 13-19’uncu yüzyıllar arasında Anadolu’da yaşayan halkın sanat ve meslek alanında yetişmelerini sağlayan, onları ahlaki yönden geliştiren, çalışma yaşamını iyi insan mezzetlerini esas alarak düzenleyen bir örgütlenmedir. Ahilik, iyi ahlakın, doğruluğun, kardeşliğin, yardımseverliğin kısacası bütün güzel mezzetlerin birleştiği bir sosyo-ekonomik düzendir. Ahlakla sanatın uyumlu birleşiminden oluşan ahilik, örgüt olarak Anadolu’da 13. yüzyılda Ahi Evran tarafından kurulmuştur. Ahi kelimesi de Arapçadır ve “kardeş/kardeşim” demektir. Ancak bazı araştırmacılar, Ahi sözcüğünün Türkçede cömert, eli açık, yiğit anlamına gelen “akı” sözcüğünden geldiğini ileri sürmektedirler. Anadolu’da Türk kurum ve terimlerinin fazlaştığı bir dönemde “akı”nın, Arapça “kardeşim” anlamına gelen “ahi”ye dönüştüğü sanılmaktadır. Ahi Evran tarafından Anadolu’da 13’ncü yüzyılda kurulan Ahilik, belli kurallara bağlı olarak faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarlar birliğini ifade etmektedir (Erdem ve Yiğit 2010).

4.2.2.2. Bacıyan-ı Rum

Kadınların oluşturduğu bir teşkilattır ve Ahiyan-ı Rum'un kadın kollarıdır. Liderliğini Ahi Evran'ın eşi Fatma Bacı yapmıştır. Önceleri Kayseri'de Ahi Evran tarafından kurulan sanayi sitesinde derilerin artık yünlerini değerlendirmek için bir araya gelen kadınlar, Ahilerle birlikte eğitim görmüş ve birçok alanda faaliyet göstermiştir. Bacıyan-ı Rum, Anadolu Selçuklu Devleti döneminde Türkmen kadınlarının kurduğu teşkilattır. Başlangıçta el sanatlarıyla uğraşan kadınların bir araya gelmesiyle kurulsa da, Ahilik teşkilatıyla birlikte siyasi, iktisadi ve dini anlamda birçok faaliyet göstermişlerdir. Bacılar, faaliyetleriyle Anadolu'nun İslamlaşmasına, Türkmenlerin ekonomik alanda gelişmesine katkıda bulunmuştur. Öncelikle çalışkan ve üretken olmaları sonra aldıkları tasavvufi eğitim metodu sayesinde işlerini gönülden yapmaları onları başarıya taşımıştır. İhtiyaçların doğurduğu zorluklarla tam yerinde ve zamanında kurulan teşkilat, Anadolu'nun yeni bir medeniyete kucak açmasına önemli katkılarda bulunmuştur (Erdem ve Yiğit 2010).

Göçmen Türkmenlerin toplumsal yapısı içerisinde kadının her sahada etkin olduğu rahatlıkla tespit edilebilir. Türkmen kadını evinin her türlü işini yaparak, hayvan bakarak, ip eğirerek, kumaş dokuyup elbise dikerek, tarlada ekip biçerek ve tüm bu ürettiklerinin fazlasını pazarda satarak hayatın içinde yer almıştır. Modern toplumların bakış açısıyla bu çok büyük bir ekonomik gücü temsil etmektedir. Ancak "Anadolu Kadını", iktisadi faaliyetleri günlük işler olarak telakki eder. Evi, ailesi için çalışması hayatın bütününden ayırmadığı gibi bu faaliyetleri kolektif bir üretim bilinciyle gerçekleştirir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Bacıyan-ı Rum'un göçmen Türkmenlerin iktisadi alanda bel kemiğini oluşturduğu söylenebilir. Bacı teşkilat üyelerine, bir eş ve anne olarak öncelikle "aşına, eşine ve işine sahip ol" öğüdü verilmiştir. Eşine sahip olan, onun gönlünü hoş tutan, geçimini ve işini bilip bu hususta dikkatli davranan kadın, temeli sağlam olan bir aile yapısını oluşturmuş demektir. Ahi erkeklerine verilen "eline, beline ve diline sahip ol" nasihatleri de bu aile yapısının sağlamlığını perçinlemektedir. Böylece eliyle ve diliyle yapacağı kötülüklerden sakınan ve kimsenin namusuna göz dikmeyen bireylerden oluşan huzurlu ve sağlıklı bir toplum hayatı tekamül etmektedir (Ufuk ve Özgen 2001b).

Bacıyan-ı Rum'un faaliyetleri beş başlıkta toplanabilir. Bunlar; el sanatları, misafir ağırlama, askeri-siyasi faaliyetler, tasavvufi faaliyetler, Türkleştirme ve İslamlaştırmaya etkiler olarak sıralanabilir. El Sanatları; Anadolu Selçukluları döneminde örgücülük, dokumacılık gibi el sanatlarının birçok çeşidi mevcuttu. Bacı teşkilatının görünürdeki kurulma

sebebi, kimi sahalarda el sanatlarına duyulan gereksinim ve bu sanatların devamlılığını sağlamak olarak ifade edilebilir. Bu yönüyle bakıldığında, en sade tarifıyla Bacıyan-ı Rum, el sanatlarıyla uğraşan kadınların bir araya gelerek kurdukları kadın sanatkârlar teşkilatı olarak nitelendirilebilir. Bacıların örgücülük ve dokumacılık dışında uğraştıkları sanat dalları; boyacılık, çadırcılık, oya ve dantel, nakış, türlü kumaş imalatı ve bunlardan giysi imalatı Bacıyan-ı Rum'un ilgilendiği sanat dalları olarak sıralanabilmektedir. Bütün bu sanat kolları Türkmen kadınlarının meşgul oldukları iş sahası olmuş ve asırlarca nesilden nesile nakledilmiştir. Anadolu Selçuklu Devleti döneminde bacıların birçok sanatla uğraşarak iş ürettikleri hususunda "Türk renk ve zevk anlayışının Orta Asya izlerini taşıdığı ve bu hususun Anadolu'da devam ettiği gerçeği yerli ve yabancı sanat tarihçileri tarafından ifade edilmektedir. Bacılar ilk olarak Kayseri'de Külâh-duzlar Mahallesi'nde oturan Fatma Bacı'yla birlikte, dericilerin işledikleri derilerden çıkan yünleri değerlendirmek için bir araya gelmiştir. Bu yünleri halı, kilim dokumanın yanında giysi üretiminde de kullanmışlardır. Osmanlı Devleti'nin kuruluş dönemindeki ilk piyade üniforması bacıların ürettiği Ahi üniformasıdır. Yeniçerilerin kullandığı "bükme elif tac" adı verilen akbörkleri de yine bacıların ürettiği bilinmektedir. Bacıların çalışkanlıklarıyla Anadolu'da el sanatlarının öğrenilmesine ve geliştirilmesine, iktisadi hayatın canlanmasına katkıda bulunduğu ve yeni iş sahaları oluşturarak girişimci kadınların önünü açtığı aşikârdır. Anadolu kadınındaki bu girişimci ruh günümüzde de kendini göstermektedir (Erdem ve Yiğit 2010).

4.2.2.3. Üretim alanında kadınlar

Osmanlı Devletinde kırsal kesimdeki kadınlar, evin her türlü işlerini görerek, ip eğirerek, hayvan bakarak, tarlada çalışarak ve evinde ürettiklerini satarak hayatın daima içinde olmuşlardır. Kırsal kesimde üretim yapan kadının, işgücü olarak kabul edilmesi onun özgürlüğüne katkıda bulunmuş, şehir ve kasaba kadınlarından farklı olarak daha etkin bir şekilde yerini almıştır. Üretimdeki rolü itibariyle tarlasında, bağında, bahçesinde çalışan köylü kadın, sosyal hayattaki özgürlüğünün farkında olmuştur. Anadolu kadını, iktisadi faaliyet diye nitelendirdiğimiz işleri "günlük işler" olarak nitelendirmiş ve faaliyetlerini de üretim bilinciyle gerçekleştirmiştir. Onun için asıl olan evin ve ailenin ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Dolayısıyla yine bu amaca yönelik olarak ürettiklerini çarşı ve pazarda satmış, tarlada üretime katkıda bulunmuştur. Nitekim Osmanlı devrinde Karahisar olarak bilinen Afyon'un merkezinde ticari faaliyetlerin büyük bir kısmını teşkil eden dört büyük Pazar kurulmaktaydı. Bunlardan biri "Kadınlar Pazarı" adı verilen pazardı (Gürol ve Marşap 2007).

Kadınlar, iktisadi faaliyetlerinin büyük bir kısmını evlerinde bulunan dokuma tezgâhları sayesinde üretime katkıda bulunarak gerçekleştirmişlerdir. Bunun en önemli kanıtı, kadın terekelerinde yer alan basit tezgâhlardır. Örneğin, Ankara ve çevresinde tiftik kılından ip eğrilmesinde ve dokumacılık sektöründe en önemli mevkiye sahip sof imalatında kadınların katkısı büyüktür. Ankara Şer'iyeye Sicillerine yansıyan evlerdeki tezgâhlar kadınların iktisadi faaliyetlerinin en somut göstergesidir. 1600'lü yıllarda 343 evden 30 tanesinde birer sof dokuma atölyesi bulunmaktaydı. Bu atölyelerde bazen 1-2 tezgâh mevcutken, bazılarında bu sayı 8-16 arasındaydı. Aynı durum Bursa için de söz konusudur. Mahalleler arasında veya evlerin bahçesinde yer alan dokuma tezgâhları buna güzel bir örnektir. 1968 yılında Bursa'da mevcut 300 ip eğirme atölyesinin yarısından fazlası kadınlara aitti. Yine Bursa'da bulunan 387 adet ipek tezgâhının 157'si kadınlara aitti. Bu da tekstil üretiminde kadının önemini ortaya koymaktadır. Bir diğer örnek de Balıkesir'de abacıların piri olarak bilinen Abdullah Baba'nın mesleğini karısına ve kızına öğretmesidir. Hatta Abdullah Baba aba imalatında kullanılan ve Balıkesir yününden elde edilen iplerin elle çıkırıklarda bükülmesini sağlamak için yanında pek çok kadın ve kız çalıştırmıştır (İrmiş ve ark.2010).

Toplumsal üretim ve tüketim faaliyetlerinin merkezinde yer alan ailenin bütün bireyleri üretim biriminin elemanlarıydı. Dolayısıyla kadın, hem toplumsal hem de iktisadi açıdan bu üretim biriminin merkezinde yer almaktaydı. Bu geleneksel üretim biçiminde ailenin ihtiyacı esas alınmıştır. Üretim yeri ev, üreticiler ise aile bireyleriydi. "Putting out" sistemi olarak bilinen ve ev sanayi olarak nitelendireceğimiz mekanizma şehirli kadının da üretimde yer almasını sağlamıştır. Bu sistemde özellikle dokumacılık, ip eğirme, boyama gibi tekstil alanında üretim yapan kadınlar bir tüccarla anlaşmalı olarak ürünlerini pazara sunmaktadır. Hammadde tacire ait olmak üzere ürün sipariş edilir ve bu sipariş üzerine üretim yapılır ya da doğrudan ürün tüccara pazarlanırdı. Bu tarz üretim sistemi, XV. Yüzyıldan sonra yaygınlaşmıştır. Özellikle Avrupa'da tercih edilen bu sistem, Osmanlı toplumunda kadının üretime katkısını kolaylaştıran bir unsur olmuştur (Erdem ve Yiğit 2010).

4.2.2.4. Ticari faaliyetlerde kadınlar

Konumu itibarıyla ticaret yolları üzerinde bulunan Osmanlı Devletinde halkın geçim kaynakları arasında önemli bir yer alan ticaret daha çok gayrimüslim unsurların elinde bulunmaktaydı. Müslümanlar gerek yabancı dile vakıf olmamaları gerekse sermayeye sahip olmamaları hatta ticaret usullerini çok iyi bilmemeleri nedeniyle ticareten hep uzak

durmuşlardı. Devlet zaman zaman Müslümanları da tüccarlığa sevk etmek için önlemler almıştı. Ancak yine de Müslümanlar arasında ticaretle uğraşanların sayısı fazla değildi. Bunlar da çoğunlukla iç piyasada ticaretle meşgul olurlardı. Durum böyle olunca zaten toplumsal ve ekonomik hayatı sınırlı olan kadının ticari alanda önemli roller üstlenmesi pek mümkün değildi. Ticaret kadınların aktivitesinin en düşük olduğu alandı. Her ne kadar aktif olarak ticarete fazla yer almasalar da bazı istisnai durumlar bulunmaktaydı. Nitekim bazı kadınlar ticarethane sahibiydi. Kanuni Sultan Süleyman döneminde çıkarılan fermanlardan, kadınların çamaşırcı dükkânı işletmekte olduğunu veya köle ticaretiyle uğraştıklarını görmek mümkündür. Ayrıca evden eve dolaşıp kumaş, işleme, mendil gibi çeşitli mallar satan bohçacı kadınlar da bilinmektedir. Tüccar ailelerden gelen kadınlardan bazıları da ticaretle uğraşmıştı. Bazı kadınlar “mudabara” adı verilen bir ticari anlaşmayla parasını gezgin bir tüccara verip onunla ortak olup parasını işletmişti. XVII. Yüzyılda Bursa’da kadın tüccarlara ait mal deposu olduğu da yine o yıllara ait defterlerden tespit edilmiştir (Erdem ve Yiğit 2010).

4.2.2.5. II. Meşrutiyetten sonra kadın girişimciliğine örnekler

Kadınların özellikle II. Meşrutiyet döneminde gerek işçi gerekse memur olarak katılımı onların girişimciliğini kamçulamış, kendi işyerlerini açma ticaret yapma konusunda heveslendirmişti. Bu dönemde artık kadınlar kurulan Darü’ssınai’de ürettiği el işlerini ihraç etmeye başlamıştı. Dönemin kadın derneklerinde pek çok kadın terzilik, aşçılık vb. meslekleri öğrenmiş ve kendi ticarethanelerinde icra etmişti. Terzilik, pastane işletmeciliği, fotoğrafçılık, ticaret, makinistlik, dizgicilik, madencilik gibi özel teşebbüsler içinde gördüğümüz kadınlar bazen tek başına çalışmış, bazen de grup oluşturarak ortaklık kurmuşlardı. Sadece İstanbul’da değil yurdun pek çok yerinde kadınların girişimlerine rastlamak mümkündür. Örnek olarak Bartın’da kadınların kurup işlettiği 37 manifatura dükkânı mevcuttu. Bunun dışında burada haftanın belli günlerinde kurulan “Kadınlar Pazarında” köylerden gelen kadınlar ürünlerini pazarlamaktaydı. İstanbul Kapalı Çarşı kadınların el işlerini sergileyip sattıkları önemli bir mekândı. Yere serilen bir örtünün üzerinde yazma, mendil, yemeni, başörtüsü, örgü keseler ve çorapları satışa sunmuşlardı. Bir de Babiâli’de “Osmanlı Kadın Ticarethanesi” bulunmaktaydı. Sultanahmet civarında İkinci Vakıf Han’da Seyide Kemal Hanım’ın “Hanımlar Pastanesi” açtığı “Kadınlar Dünyası Dergisinde” haber verilmiştir. Ayrıca Kadınlar Dünyası gibi tüm çalışanlarının kadın olduğu derginin dizgi işleri de yine kadınlar tarafından yapılmıştı. Hatta Evkaf’ı İslamiye matbaasında da kadın dizgiciler çalışmıştı (Erdem ve Yiğit 2010).

Kadın Terziler: Osmanlı kadınları geçmişten beri güzel giyinmeyi, modayı takip etmeyi iyi bilirdi. Toplumun %95'i hazır giyimi tercih etmezdi. Ekonomik durumu iyi olanlar elbiselerini profesyonel terzilere diktirirdi. Ancak evde ve elde yapılmış kaba giysiler yerine, elbiselerini terzilerde diktirenler küçük bir azınlığı oluşturmaktaydı. II. Abdülhamid döneminde özellikle Ermeni ve Rum cemaatlerinin kızlar için açtıkları sanat okulları, gayrimüslim kadın ve kızların terzilik sanatında ilerlemelerini sağlamıştı. Dolayısıyla terzilik mesleği gayrimüslim kadınların tekelinde toplanmıştı. Bu kadınlar kendi özel terzihanelerinde işlerini yürütüyordu. Müslüman kadın terzilere ise o tarihlerde henüz rastlanmamaktaydı. Kadınların her türlü sorunlarına ve ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışan “Hanımlara Mahsus Gazete”, dikiş teknikleri ve hazır kalıplar yayınlayarak Müslüman kadınlara bu konuda yardımcı olmaya çalışmaktaydı. Hatta dergi 1895 yılında profesyonel bir terzi ile anlaşarak bir terzihane açmıştı. Bu terzihanenin amacı; Müslüman kadınları gayrimüslim terzilere muhtaç etmeden iyi elbiseleri hem ucuz hem de zarif olarak imal etmektir. Profesyonel Müslüman terzilerin olmaması zaman zaman gazetelerde tartışma konusu bile olmuştu. Sonuçta Rasime Hanım'ın 1901 yılında İkdâm Gazetesinde yer alan “Kadınlar, Sanayi ve Ticaret” adlı yazısı Müslüman kadınları harekete geçirmek üzere kaleme alınmıştı. Rasime Hanım kadınların ticaret ve sanayiye rağbet etmemelerini eleştirmiş, ticaret ve sanatla meşgul olmanın kadınlar açısından ayıp olmadığına dikkat çekerek sözü Müslüman kadınların terziliğine getirmişti. Rasime Hanım terziliğin özellikle Rum ve Ermeni kadınların tekelinde olmasını eleştirerek Müslüman kadınları bu konuda teşvik etmişti. Rasime Hanım'ın bu teşvikleri üzerine yine İkdâm'da fikir yazıları yazan Sabiha Hanım diğer kadınlara örnek olmak düşüncesiyle Şişli'de “İslam Terzihanesi” açmıştı. Müslüman kadın ve kızların çalışmaya teşviki konusunda gerek gazetelerin gerekse kadın derneklerinin çok çabası olmuştu. Hatta dernekler tarafından açılan “terzi evlerinde” pek çok kadın çalışmıştı. Bunların ilki Esirgeme Derneğinden ayrılan ve Paris Terzi Akademisi üyesi olan Behire Hakkı Hanım'ın 1913 yılında kurduğu Biçki Yurdu Terzihanesidir. Behire Hanım sadece siparişe gelen dikişleri dikmekle yetinmemiş birçok kadına terzilik öğretmiş hatta sertifika vermişti. Artık Müslüman kadınlar profesyonel terzilik mesleğine adım atmaya ve bireysel olarak terziliğe başlamıştı. 1919 yılında Müslüman Türk kadınları bir araya gelerek Kadıköy'de bir terzihane açmıştı. Bir diğer girişim de Babıali Caddesinde açılan “İslam Hanımlar Terzihanesiydi” (Karakışla 2003).

Kadın Fotoğrafçılar: Kadınların ekonomik sıkıntılarının baş gösterdiği mütareke yıllarında geçim sıkıntısını gidermek için iktisadi hayata katılmasına çarpıcı bir örnek de 1919 yılında fotoğrafçılık yapan Naciye Hanım'dır. Naciye Hanım bu mesleği subay olan eşi İsmail Hakkı Bey'den öğrenmişti. İsmail Hakkı Bey Balkan Savaşı'ndan sonra İstanbul'a dönmekte zorlanarak Avusturya'ya sığınmıştı. Burada geçirdiği dokuz ay zarfında fotoğrafçılık sanatını öğrenme şansını yakalamıştı. Çanakkale savaşında yaralanıp İstanbul'a dönmek zorunda kaldığında da yaşadığı Said Paşa Konağı'nın üst katında fotoğrafçılık yapmaya başlamıştı. Ancak ailenin içine düştüğü geçim sıkıntısı Naciye Hanım'ın da bu mesleği öğrenmesini gerektirdi. Naciye Hanım evin alt katındaki kapının üzerine "Hanımlar Fotoğrafçısı Naciye" tabelası asarak profesyonel olarak fotoğrafçılığa başlamıştı. Müslüman kadınlar fotoğrafçı Naciye Hanım'a oldukça rağbet göstermişti. İşlerinin iyi gitmesi üzerine fotoğrafçı dükkânı 1921 yılında Beyazıt'ta Cadde üstünde bulunan yeni bir binaya taşınmıştı. Naciye Hanım'ın ünü kısa sürede yayıldı. Naciye Hanım fotoğrafçılıkla geçimini temin etmekle yetinmemiş bu sanatı kadınlara da öğretmişti. Özellikle onun bu girişimi sarayın ilgisini çekmişti. Sultan Reşad'ın torunlarına ders vermek için haftanın iki günü Yıldız Sarayı'na giden Naciye Hanım harem mensubu kadınların da fotoğraflarını çekmişti. Bu mesleğini 1930 yılına kadar sürdüren Naciye Hanım Cumhuriyet'in ilk yıllarında bir başka kadına örnek olmuştu. 1923 yılında Muzaffer Hanım seyyar fotoğrafçılık yapmaya başlamıştı. Onun bu girişimi kadınlar için oldukça cazipti. Muzaffer Hanım fotoğrafçıya gitmeye üşenen kadınların ayağına giderek onları stüdyo ortamının yapaylığından uzak evlerinde istedikleri şekilde poz verme olanağını sağlamış böylece fotoğrafçılıkta yeni bir dönem başlamıştı. Kadın fotoğrafçıların öncülüğünü yapan bu iki kadın ileriki yıllarda diğer kadınların da önünü açmıştır (Karakışla 2006).

Kadınlara Mahsus Eşya Pazarı Anonim Ticaret Şirketi: Kadınların büyük sermayeyle giriştikleri en önemli iktisadi teşebbüs, 18 Ekim 1917 tarihinde kurulan "Hanımlara Mahsus Eşya Pazarı Anonim Ticaret Şirketi"dir. Bu şirket adından da anlaşıldığı üzere kadınların ihtiyacı olan bütün eşyaları üretip satmak ve dikişe dair her türlü karşılamak amacıyla kurulmuştu (Erdem ve Yiğit 2010).

4.2.2.6. Cumhuriyet döneminde girişimcilik

Türklerin Orta Asya'dan gelip Anadolu'ya yerleşmeye dolayısıyla göçebe toplumundan yerleşik toplum düzenine geçmeye başlamalarından itibaren ticaret ve bilhassa sanatkârlık, zanaatkârlık konularında oldukça aktif ve başarılı olmuşlardır. Nitekim Selçuklular döneminde ve Osmanlıların kuruluş döneminde bir esnaf sanatkâr örgütü olan Ahilik teşkilatının son derece etkin ve başarılı olduğunu, hatta Osmanlıların kuruluş ve yükselme dönemlerinde bu örgütün askeri ve politik bakımdan da etkin olduğu bilinmektedir. Fakat Osmanlıların İmparatorluk döneminde adeta imparatorluğu oluşturan toplum grupları arasında bir iş bölümüne gidilerek Türklerin ticaret işi dışında bırakıldığı görülmektedir. Ticaret işini Osmanlı İmparatorluğu içinde daha ziyade Rum, Yahudi ve Ermeniler üstlenirken, Türkler; askerlik, ulemalık, bürokratik ve hayvancılık ile tarım gibi işlere yönlendirilmişlerdir. Dolayısıyla Türk toplumu yedi sekiz nesli kapsayan çok uzun yıllar ticaretin dışında kalmış ve Türk toplumunda gerek sosyo-kültürel gerekse etik açılardan arzu edilen ölçülerde bir ticaret altyapısı ve ticaret kültürü oluşmamıştır. Ancak imparatorluğun son dönemlerinde ve özellikle de İttihat ve Terakki döneminde Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma, Müslüman ve Türk ticaret adamı oluşturma konusunda önemli çalışmalar yapıldığını görüyoruz. Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma çabaları Osmanlı İmparatorluğu son bulduktan sonra kurulan yeni Türkiye Cumhuriyeti'nde özellikle önem kazanmış ve Yeni Cumhuriyetin ekonomik alandaki başlıca stratejilerinden birini oluşturmuştur. Cumhuriyet ilan edilmeden 9 ay önce 1923 Şubat ayında İzmir'de toplanan İktisat Kongresi'nde alınan ilke kararlarından biri de bu konuda, Türk ve Müslüman ahaliden tüccar ve iş adamı insanlar oluşturma konusundadır. Yeni Cumhuriyetin bu politikası 1930'lu yıllara kadar sürdürülmüştür (İrmiş ve ark. 2010).

Modern anlamdaki girişimcilik kavramı, Türkiye Cumhuriyeti'yle birlikte önem kazanmıştır. Buna göre Cumhuriyet ilan edilmeden dokuz ay önce Şubat 1923'de Atatürk'ün önderliğinde İzmir'de Birinci İktisat Kongresi toplanmış, Türkiye'de ekonomik gelişme ve kalkınmanın girişimcilikle sağlanabileceği ifade edilmiştir. İlk on yıllık süreç içerisinde yabancıların ticari hâkimiyetlerine son verilmeye çalışılmış ancak yetersizlikler ve savaşın etkisi ile önemli gelişme sağlanamamıştır. 1930-1950 dönemi ise devletçiliğin yükselişte olduğu dönem olarak tarihe geçmiştir. Bu dönemde özel kesimin yetersiz kaldığı sektörlerde devlet yatırımlar yapmış ve beş yıllık kalkınma planları hazırlanmıştır. Ancak büyük buhran ve ikinci dünya savaşı yine girişimciliğin istenilen düzeye gelmesine engel olmuştur. 1970'e

kadar uzanan planlı döneme bakıldığında özel girişimlerin sanayideki payının %70'lere geldiği görülmüştür. Fakat sermayenin sadece hane halkı tasarrufuyla beslenmesi, teknolojik yeniliklere ayak uydurulamaması ve profesyonel yönetim ilkelerinin oluşturulamaması bu dönemde yapılan girişimlerin, kriz işletmeciliğine dönüşmesine yol açmıştır (Küçükkalay 1998).

1929 Dünya Ekonomik Krizi ile birlikte klasik liberal paradigmanın çökmesi ve o yıllara kadar süren “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” sloganı ile ifade edilen klasik serbest piyasa ekonomisine güvenin son bulması ve devletçi paradigmaların ağırlık kazanmaya başlamasıyla genç Türkiye Cumhuriyeti'nin de politikasını değiştirdiğini görüyoruz. Nitekim bu yıllarda iktisadi devlet teşekkülleri ardı ardına kurulmaya ve devletçi politikalar devreye sokulmaya başlamıştır. Bu yıllarda başlayan ithal ikamesi politikası (1950-1960) kısmi liberalleşme uygulamalarına rağmen varlığını sürdürmüş ve 1961 yılından itibaren resmi kalkınma politikası olarak kabul edilmiştir. Bu politika 24 Ocak 1980 kararlarına kadar resmi politika olarak devam etmiştir. Kanaatimizce bazı dönemlerde gevşetilen, bazı dönemlerde ise sıkı bir şekilde uygulanan ithal ikamesi politikasının çok uzun sürmesi Türkiye'de girişimciliğin istenilen seviyelerde geliştirilmemesinde en önemli etken olmuştur. 1980 ve sonrasındaki dönem girişimciliği destekleme adına en önemli adımların atıldığı dönem olmuştur. 24 Ocak 1980 kararları ile birlikte, ithal ikamesi stratejisi terk edilmiş ve yerine serbest piyasa ekonomisi stratejisine geçilmiştir. Serbest piyasa ekonomisi, girişimcilerin dünyaya açılmasına fırsat tanımış ve dünya pazarlarına uyum konusunda önemli adımlar atılmasını sağlamıştır. Bunun neticesinde Anadolu'nun birçok ilinde başarılı girişimciler doğmaya başlamıştır. Hatta 1994 ve 1998'de meydana gelen küresel krizlerde, dünyanın diğer ülkeleri ile kıyaslandığında Türk ekonomisinin, krizden daha az etkilendiğini ve Türk girişimcilerinin krizleri fırsata çevirebildiğini söylemek mümkündür. Son döneme bakıldığında ise, bilgi toplumunun önderliğinde yerel işletmeler tarihe karışırken küresel işletmeler ayakta kalmaya başlamıştır. Dolayısıyla sektörde söz sahibi olmanın anahtarı, yurtiçinde ve yurtdışında rakiplerle rekabet edebilecek düzeyde bilgi ve beceri sahibi olmaktır. Türk girişimcilerinde fazlasıyla bulunan cesaret ve yeniliklere karşı olan tutum, eğitimle desteklenip kadın girişimcilerin potansiyelinin de sisteme dâhil edilmesiyle birlikte Türkiye'de girişimcilik istenen konuma gelebilecek ve ülkenin ekonomik refahına büyük katkılar sağlayabilecektir (Aslan 2009).

1930'lı yıllarda başlatılan bu politika o dönem için son derece isabetlidir. Zira 1979 dünya Ekonomik Krizi ile klasik liberal iktisat düzeni son bulmuş, 6 yıl geçtikten sonra o döneme ve 1970'lere kadar uzanan gelecek dönemlere damgasını vuran büyük iktisatçı Keynes'in Genel Denge kitabıyla ekonomide devlet müdahaleciliğinin teorik tabanı da oluşturulmuştur. Genç Türkiye Cumhuriyeti o yıllarda bu gelişmelerin sinyallerini fark ederek gerekli girişimlerde bulunan ilk birkaç ülkeden biridir. Fakat 1960'lı yılların sonu ile 1970'li yılların başlarındaki klasik iktisada göre tamamen farklı içerikli olan serbest piyasa ekonomisine dönüşüm ve bilgi toplumuna giriş ile küreselleşmenin sinyalleri zamanında alınamamış, gerekli ekonomik düzenlemelere gidilememiştir. Fakat 5-10 yıllık bir gecikmeyle de olsa bu düzenleme 24 Ocak 1980 kararlarıyla devreye sokulmuştur (Küçükkalay 1998).

Türkiye tarihinde girişimcilik incelendiğinde 1923'ten günümüze kadar öne çıkmış beş ana dönemden söz etmek mümkündür. Bu dönemler: 1923-1929 arasında "özel girişimciliğe teşvik", 1930-1946 arasında "devletçilik ve yansımaları", 1946-1960 arasında "liberal ekonomiye geçiş", 1960-1980 arasında "planlı ekonomi denemesi" ve 1980'den günümüze dek "dışa açık liberal ekonomi"yi sayabiliriz. Bu dönemlerin özellikleri incelendiğinde, 1923-1929 arasında uygulanan politikalarda milli bir burjuvazi inşa etmek ve sermaye birikimini bu yolla temin etmek üzere genel olarak özel girişimciliği ön plan çıkartan oluşumlara yer verildiği görülmektedir. Diğer yandan bu yıllardaki girişimciliğin devletin yüksek kademelerinde çalışan bürokratlar tarafından yürütüldüğü göze çarpmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin ilk girişimcileri devletin içinden gelen bürokratlardır (Küçükkalay 1998).

Kalkınma Planları: Türkiye'de girişimciliğin tarihi anlamak için başvurulması gereken önemli bir kaynak da kalkınma planlarıdır. Kalkınma planları 1964'de başlayan ve beşer yıllık hazırlanan stratejik planlardır. Bu bağlamda hazırlanmış dokuz kalkınma planı incelendiğinde (Anonim 2010a);

- Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967): Bu dönemde, karma ekonomi sistemi çerçevesinde özel teşebbüsün ve özel yabancı sermayenin teşvik edilmesi, küçük işletme sahiplerinin sorunları ile ilgilenecek, çözüm önerileri üretecek merkezi bir örgütün kurulması öngörülmüştür.

- İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972): Bu dönemde, özel teşebbüsün teşvik edilmesi konusunda daha köklü tedbirlere gidilmiş, sanayinin geliştirilmesine ayrı bir önem verilmiş ve ekonominin sürükleyici sektörü haline getirilmesi üzerinde önemle durulmuştur.

- Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977): Bu plan ile küçük sanayi ve el sanatları üretiminin geliştirilmesi için dış pazarlara açılışın teşvik edilmesi, dış talebin karşılanması için gerekli organizasyonların gerçekleştirilmesi, finansman sorununun çözülmesi, eğitim, teknik ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması çalışmaları öngörülmüştür.

- Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983): Bu planda ilk kez küçük sanayi kavramı ile esnaf ve sanatkarlar kavramları arasında ayırım yapılmış ve Türkiye genelinde teknolojik, mali ve idari danışmanlık hizmetlerinde bulunulması amaçlanmıştır. İhracata dönük büyük sanayi ve ticari işletmelerin, yan sanayi durumundaki küçük teşebbüsler ile kendi aralarında birleşmesi yoluyla çeşitli organizasyonlar gerçekleştiren işletmelerin teşvik edilmesine karar verilmiştir.

- Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989): Bu planda temel olarak, sanayi üretim payının yükseltilmesi, istihdamın artırılması, genç işsiz oranının azaltılması, gelir dağılımının küçük gelirli gruplar lehine değiştirilmesi, kalkınmada öncelikli yörelerde gelişmenin hızlandırılması, ekonomik ve sosyal alt yapının geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda KOBİ'lerin altyapı sorunlarına çözüm bulmak amacıyla işletmelerin bir araya getirilmesi ve Organize Sanayi Bölgelerinin kurulması sağlanmıştır.

- Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994): Bu plan kapsamında, küçük ve orta ölçekli sanayinin gelişmesine geniş yer verilmiş ve bu kesimin güçlendirilerek iç ve dış piyasada rekabet gücüne kavuşturulması amaçlanmıştır. Bu dönemde, KOBİ'lerin geliştirilmesine yönelik planların uygulanmasında kullanılacak kaynak ve araçlar artırılmıştır.

- Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000): Bu planda KOBİ'lere büyük önem verilmiş ve 1996 yılı KOBİ yılı olarak ilan edilmiştir. Bu dönemde sanayileşme stratejisi oluşturulmuş ve bunun için Avrupa modeli esas alınmıştır. Stratejide KOBİ'lerin faal bir konuma sahip olabilmesi için patent yasası ile kalite ve ölçü sisteminin yeniden oluşturulmasına ve teşvik sisteminin değiştirilmesi ile ilgili hukuki temelin oluşturulmasına ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Ürün ve kalite belgelendirilmesi ile personel ve laboratuvar akreditasyonu için bağımsız bir kurumun oluşturulması, Ar-Ge, çevre ve mesleki eğitim projelerine öncelikli olarak teşvik sağlanması, kredilere vergi muafiyetinin tanınması, amaçlanmıştır.

- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005): Bu planda KOBİ'lere ayrı bir bölümde yer verilmiş ve yapılacak düzenlemeler detaylıca tanımlanmıştır. Bu düzenlemelere bakıldığında; KOBİ'lerin verimliliklerinin ve uluslararası rekabet güçlerinin artırılması, bankacılık sisteminin toplam kredi hacmi içindeki payının artırılması, teknoloji düzeyinin ve ürün kalitesi düzeyinin yükseltilmesi, verimliliğinin artırılması, bilgiye erişimin kolaylaştırılması, rehberlik ve danışmanlık hizmetlerinin sağlanması, ana-yan sanayi bütünleşmesi, işletmeler arası işbirliği ve elektronik ticaret imkanlarının artırılması amaçlanmıştır.

- Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013): Bu plan diğer beş yıllık kalkınma planlarından farklı olarak yedi yılı kapsayacak şekilde tasarlanmıştır. Bu dönem, küreselleşmenin her alanında etkili olduğu, bireyler, kurumlar ve uluslar için fırsatların ve risklerin arttığı bir dönemi kapsamaktadır. Dokuzuncu Kalkınma Planında, rekabet gücü ve istihdamın artırılması, bölgesel gelişmenin sağlanması amaçlanmaktadır. Bu program dahilinde işletmelerin finansman kaynaklarına ulaşması kolaylaşacak, devlet, bankalar ve banka dışı finansal kuruluşlar, KOBİ'lerin ekonomide daha etkin çalışmalarını sağlamak amacıyla eğitim ve teknolojik desteğin yanı sıra finansman sorunlarına da çözüm üretecektir (Özal 2009). Diğer taraftan kadınların aktif bir şekilde iş hayatında yer alması bağlamında, son yıllarda çeşitli kurum ve kuruluşlarca gerçekleştirilen bazı çalışmalar da şu şekilde sıralanabilir (Kansız ve Acuner 2008): 2007 yılında Gelir Vergisi Kanunu'nda yapılan değişikliklerle, ev içi üretimden elde edilen gelirlere vergiden muafiyet getirilmiştir. 2007-2013 dönemini kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda kadın girişimciliğinin desteklenmesi amacıyla birtakım tedbirler alınmıştır. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi amacıyla bankalar kredi programlarını daha etkin hale getirmişlerdir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Kadın Girişimciler Kurulunu kurmuştur (Soysal 2010b).

Dokuzuncu Kalkınma Planında ekonomik ve sosyal gelişme eksenlerinde yer alan, “kadın girişimciliğinin artırılması” “rekabet gücünün iyileştirilmesi” ve “istihdamın artırılması” öncelikleri arasındadır. Ülkemizin ekonomik değerlendirmeleri yapılırken nüfusun yapısı gençler ve kadınların oransal üstünlüğü ve ancak göçle birlikte tarımdan koparak kente gelen genç ve kadınların eğitim donanım eksikliği işgücüne katılımlarını olumsuz yönde etkilediğine dikkat çekmektedir. Nüfusunun yarısı 28,5 yaşından küçük olan ülkemizde, kadınların çalışma oranlarının kırdan kente göçle birlikte düştüğü gözlenmektedir. 1950–1960 döneminde kadınların %45'i istihdam edilirken, yarım yüzyıllık dönemde bu oran

% 32'ye kadar gerilemiştir. Dengeli bir ekonomik kalkınma, işsizliğin önlenmesi ve sosyal refahın sağlanması için kadınlar göz ardı edilmemeli ve ekonomik gelişmenin doğal unsurları olduğunu kabul eden toplumun algısal dönüşümü sağlanmalıdır (Anonim 2013f).

KOBİ'ler özellikle sayılarının çokluğu, ülke çapında istihdama sağladıkları katkı, bölgesel sosyo-ekonomik dengelerin kurulması ve üretimde azımsanmayacak bir paya sahip olmaları nedeniyle tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de ekonomik ve sosyal yönlerden büyük önem taşımaktadır (Anonim 2012b). Bu önem ile KOBİ'lerin;

- Emek yoğun teknoloji ile istihdamı artırmaya ve işsizliği azaltmaya katkıda bulunma,
- Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kısa sürede ve daha kolay uyum sağlama,
- Bölgeler arası dengeli gelişmeye ve büyümeye katkıda bulunma,
- Büyük sanayi işletmelerinin tamamlayıcısı durumunda olma ve yan sanayi olarak faaliyette bulunma,
- Nitelikli (meslek sahibi) elemanların yetiştirilmesine katkıda bulunma,
- Rekabet koşullarına süratle uyum sağlayabilme gibi özellikleri ortaya çıkmaktadır.

4.3. Türkiye'de Kadın Girişimciliği

Son yıllarda ülkemizde ve dünyada özellikle 1970'lerden sonra büyük bir atılım içinde oldukları gözlemlenen kadınlar, çalışma hayatındaki ağırlıklarını gittikçe artan bir oranda hissettirmektedirler. Kadınların sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma, esnek çalışma saatleri ile 1970 ve 1980'lerde birçok engelle karşılaşmış olmaları gibi nedenlerle, ücret ve maaşla çalışmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler. Kadınların iş hayatında deneyim kazanma, yüksek mevkilere gelebileceklerini kanıtlama çabaları 1980'li yıllara rastlamakta olup, 1900'lü yıllardan itibaren de kadınları daha yüksek konumlarda ve erkek egemenliğindeki sektörlerde başarıyı vaat eden pozisyonlarda görmek mümkün olmuştur (Liman 1993).

Geçmişten günümüze toplumlarda sosyal statülerin şekillenmesinde cinsiyet faktörünün etkili bir unsur olduğu görülmektedir. Ülkelerin hukuki, ekonomik ve sosyal yapıları kadınların toplum içindeki rolünü ve beklentilerini belirlemektedir. Dünyanın pek çok yerinde kadın işgücünün erkek işgücünün neredeyse yarısını oluşturduğuna dair veriler

bulunmaktadır. Bunun altında yatan en önemli sebebi ise yetersiz ve amaca uygun olmayan eğitim modelleri olarak gösterilmektedir. Ayrıca özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ve gelişmemiş ülkelerde; töre, gelenek, görenek gibi yazılı olmayan yasaların geçerliliğini koruması nedeniyle kadınlar kendilerini geliştirememektedirler. Küreselleşmeyle birlikte bilgi işlem ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişimi kadınlara pek çok farklı alanda özgürlük kazandırmakta ve girişimci kadın sayısının da artmasına katkıda bulunmaktadır (Bilgin 2001). Toplumlar da cinsiyete göre sosyal sorumluluklardaki farklılıklar insanların hayatlarının başlangıcından sonuna kadar süren bir unsurdur. Cinsiyet rolleri tanım olarak toplumdan topluma, tarih içinde değişse de, hiç değişmeyen yönü cinsiyet temelindeki, kadının erkeğe göre ikincil sırada olduğu anlayışının yaygınlığıdır (Bowen ve Hisrich 1986). 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).

Günümüzde kadınlar güçlerini; ekonomi, sanat, bilim, siyaset, sosyal yaşam, basın, yerel yönetimler, hukuk, çeşitli dernek ve vakıflar gibi çok farklı alanlarda göstermekte, bu alanlarda oldukça önemli bir çoğunluğu oluşturmaktadırlar. Bunun yanında pek çok profesyonel iş kolunda kadın sayısında görülen artış da ciddi boyutlara varmış durumdadır. İşte karar mekanizmalarının en tepe noktalarında yer almayı başarmış ve yer aldıkları noktalarda kendi güç ve iletişim ağlarını yaratmayı başarabilmiş kadınlar, girişimci olarak da yaptıkları başarılı çalışmalarla kendilerini ispatlamışlardır (Cem ve Ünal 2006). Kadınların girişimcilikte başarılı olmaları; kendilerine güvenme, bu güvenden hareketle risk alabilme yeteneklerine bağlıdır. Yaratıcı, sağduyulu, yeniliklere açık, çözüm üretme ve uzlaştırıcı yeteneklere sahip olan kadınlar kişisel sorumluluk olarak rekabet edebilecekler ve başarıyı yakalayabileceklerdir. İnançlarını savunan, önderlik eden, yetki kullanabilen, beşeri ilişkilerinde başarılı olan kadınlar, bir girişimci olarak toplumsal hayatta ve çalışma hayatında söz sahibi olacaklardır (Kaçar 2007).

Piyasa ekonomisi içerisinde, kendi işinin sahibi olan, tek başına çalışan ya da yanında işçi çalıştıran, mal ve hizmet üretip satan, kredi kaynaklarını araştıran, iş ile ilgili acil

problemlerin üstesinden gelebilen, yeni koşullara adapte olabilen ve alanında deneyim sahibi olmaya çalışan kadın “girişimci kadın” olarak tanımlanmaktadır (Dhillon 1993).

Literatürde kadın girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında tanımlarda şu ortak noktalar bulunmaktadır (Tekin 2005):

- Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan,
- Bu işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran,
- İşi ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen,
- İşletmenin geleceği ile ilgili planları yapan,
- İşletmeden elde ettiği kazanç, yatırım, kullanım alanları üzerinde söz sahibi,
- İşletmesi adına tüm riski üstlenen kadındır.

Türkiye’de kadın girişimcilerin yöresel olarak yatırım alanlarının değiştiği gözlenmektedir. Genel olarak ise kadınların daha ziyade, gıda, konfeksiyon, turizm, sigortacılık, sağlık, eğitim, temizlik sektörlerinde yoğunlaştıkları görülmektedir. Kadın girişimciliği kavramına farklı yazarların farklı anlamlar yüklediği bilinmektedir. Bazı yazarlar girişimciyi işletmenin kurucusu olarak kabul ederken, bazıları da ikinci kuşak girişimcileri bu guruba dahil etmektedirler. Yine bazıları da girişimciliği yalnızca küçük işletmecilikte sınırlamaktadırlar (Gökakın 2000). Kadın Girişimciler ile ilgili tanımlara göre 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/ya 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 1995).

“Kadın Girişimci” işveren, işyerinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş, bizzat işinin başında bulunan ve iş yerinde fiilen çalışan kadındır. Diğer bir tanıma göre ise; piyasa ekonomisi içinde, hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüştürülebilen mal veya hizmeti üretip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı ve TESK’e bağlı Esnaf ve Sanatkarlar odalarına veya TOBB odalarına üye kaydı olan sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında, tek başına ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadın “Kadın Girişimci” olarak tanımlanabilir (Saray 1993).

Tacir: Bir ticari işletmeyi kısmen dahi olsa kendi adına kendi işleten kimseye denir. Bir ticari işletmeyi kurup açtığını, sirküler gazete, radyo ve şair ilan vasıtalarıyla halka bildirmiş veya işletmesini ticaret siciline kaydettirerek keyfiyeti ilan etmiş olan kimse fiilen işletmeye başlamamış olsa bile tacir sayılır. Diğer taraftan yıllık gelir itibarıyla Maliye Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu limitin üzerinde yıllık kazanca sahip olanlar tacir sayılacağından ticaret odasına kayıt olabilirler (Anonim 2007).

Esnaf ve Sanatkâr: İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilen ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimselerdir (Anonim 2007).

Kendi mesleğini icra eden kadınlar kariyer girişimcileri olarak kabul edilmektedir (doktor, avukat, eczacı gibi). Girişimcilik, üretim faktörlerini cesaretle bir araya getirme, kâr veya zararı göze alma anlamına gelmektedir. Kendi mesleğini yapan kadınlar, eğitimini gördükleri alanlarda çalışarak girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadır (Özdevecioğlu ve Çelik 2000).

Girişimci, her alandaki yeniliği başlatan kişi olduğu gibi, yeniliklerin sürdürülmesi ve geliştirilmesi de onun karar ve uygulamaları sonucunda gerçekleşebilecektir (Çelik ve Demirci 1998). Bu bağlamda dünya üzerinde artık iş kurma ve girişimcilik alanlarına yeni bir bakış açısı kazandırmayı başaran kadınların da erkekler kadar rol üstlendikleri ve başarılı oldukları görülmektedir. İş ve siyaset dünyasında gerek Türkiye’de gerekse dünyada

erkeklerin egemen olduğu fikri yaygındır. Fakat bu durumun gün geçtikçe değişim gösterdiği ve kadınların da yeni fikirlere açık ve kendi birikim ve yeteneklerini maddi kazanca dönüştürmeye eğiliminde oldukları yaygın bir görüş haline gelmiştir.

Çizelge 4.1. Türkiye’deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayıları

Yıllar	Kadın Girişimci	Erkek Girişimci	Kadın Girişimci Oranı (%)
2011	90.000	1.420.000	6,50
2009	80.000	1.200.000	6,25
2007	75.000	1.114.000	6,31
2005	51.000	1.081.000	4,51
2003	42.000	1.010.000	3,99
2001	40.000	1.100.000	3,51
1999	38.000	1.093.000	3,36
1997	46.000	1.082.000	4,08
1995	40.000	1.072.000	3,60
1993	25.000	1.066.000	2,29

Kaynak: Anonim 2013a

Çizelge 4.1’de Türkiye’de girişimciliği geliştirme adına yapılan politikaların ne denli sonuç verdiğini açıklama adına önemli bir ölçüdür. Girişimciliği geliştirme adına kalkınma planları hazırlanmış ve farklı ekonomik sistemler denenmiştir. Bunun bir sonucu olarak da 1993 yılında 1.066.000 olan erkek girişimci sayısı 2011 yılına gelindiğinde 1.420.000’e çıkmış, başlangıçta % 2,29 dolayında olan kadın girişimci oranı ise neredeyse % 7 seviyesine yükselmiştir. Ancak bu rakamlar ve oranlar girişimciliğin ülkemizde yeteri kadar gelişmediğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye ekonomisi, diğer OECD ülkeleri ile karşılaştırıldığında yüksek bir kırsal nüfus ve tarımsal işgücüne sahip gelişmekte olan bir ekonomidir. 2000 sonrası dönemde tarımsal nüfusun azalması ve tarım sektöründen çıkan nüfusun diğer sektörlere yönelmesi şeklinde bir yapısal dönüşüm yaşanmaktadır. Söz konusu dönemde Türkiye ekonomisi görece yüksek büyüme oranları yakalamasına rağmen, artan bir işsizlikle karşı karşıya kalmıştır. Gelişmiş

ülkelerin çoğunda gözlenen iktisadi büyüme performansının yavaşlaması dinamik bir ekonomi olan Türkiye'nin karşılaştığı bir sorun olmasa da, yüksek işsizlik oranları Türkiye'nin gelişmiş ve gelişmekte olan OECD ülkeleri ile karşılaştığı ortak bir sorundur. Türkiye'de mevcut olan işsizliğin başlıca nedenleri, ekonomideki yapısal sorunlardan kaynaklanan ithalata bağımlı büyüme, tarım sektöründen diğer sektörlerle geçiş ve verimlilik artışı iken, OECD'nin gelişmiş ülkelerinde görülen işsizlik büyük ölçekli firmaların daha düşük işgücü maliyetine sahip olan ülkelere taşınması sonucu ortaya çıkmıştır. Gelişmiş ülkelerde yaşanan süreç yönetilen ekonomiden girişimci ekonomiye geçiş sürecidir. Türkiye ise endüstrileşme sürecini tamamlayamamış bir ülke olduğu için sanayi sektöründe ölçek ekonomileri ve büyük şirketler safhasını tecrübe etmemiştir (Işık ve ark. 2010).

4.3.1. Kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılması

Girişimcilik açısından incelenmesi gereken önemli değişkenlerden bazıları; yaş, aile yapısı, eğitim durumu, yetiştiği çevre ve toplumsal cinsiyet bağlamında şekillenen cinsiyet algısıdır. Toplumsal cinsiyet algısı, bilinen cinsiyet tanımından farklılık göstermektedir. Bilindiği gibi cinsiyet, her bireyin dünyaya gelirken yanında getirdiği genetik ve fizyolojik özelliklerden biridir. Bu nedenle de cinsiyet özellikleri biyolojik birer nitelik olarak kabul edilmektedir (Aksu 2008). Toplumsal cinsiyet ise; kadının ve erkeğin sosyal olarak belirlenen rol ve sorumluluklarını ifade etmektedir. Toplumsal cinsiyet biyolojik farklılıklardan dolayı değil, kadın ve erkek olarak toplumun bizi nasıl gördüğü, nasıl algıladığı, nasıl düşündüğü ve nasıl davranmamızı beklediği ile ilgili bir kavramdır (Akın ve Demirel 2003).

Geçmişte girişimcilik araştırmaları çoğunluklu örnek olay incelemeleri üzerinden yapılmıştır. Özellikle 19. yüzyıl erken dönem girişimcisi erkektir. 1920'lerde Harvard Üniversitesi'nde yapılmaya başlanan örnek olay çalışmalarında da girişimciler erkekler olmuştur. Oysa 19. yüzyılda da kadınlar çamaşırhaneler, dikimevleri ya da evden verilen hizmetlerde girişimcilikte bulunmaktaydı. İzleyen dönemlerde de girişimcilik çalışmaları erkekler üzerinden yoğunlaşmış, kadınlar çoğunlukla bu alandan uzak tutulmuşlardır (Hurley 1999). Bu anlamda çalışmaların birçoğu kadın girişimcilerin erkek girişimciler üzerinden tanımlanması ve onların sahip oldukları özelliklere sahip olup olmadıklarını belirlemek üzerine yoğunlaşmaktadır. Kadın girişimciler üzerine yapılan anket çalışmaları ve görüşmeler, kadın girişimcilerin "tipik" girişimci özelliklerine ne derece uygun olduklarını ölçmektedir ki bu

özellikler erkek girişimcilerle ilgili yapılan çalışmalar sonucu ortaya konmuştur (Demircioğlu 2010).

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki temel fark; kadın girişimcilerin kişisel beklentileri, erkek girişimcilerin ise ekonomik beklentileri ön planda tutmasıdır (Kutunis ve Alpaslan 2006). Bazı araştırmacılara göre kadın ve erkek girişimciliği arasında reel bir ayrım yapmak çok anlamlı kabul edilmemekle birlikte, diğer bazı araştırmacılar kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıkları ortaya koymuşlardır. Aşağıda kadın ve erkek girişimciler arasındaki karşılaştırmaları içeren Çizelge 4.2 yer almaktadır. Ronstandt'a göre kadın ve erkek girişimcileri kişisel güdülerinden dolayı sınıflamak mümkün olmamaktadır çünkü, asıl ayrım girişimci olan kişiler ile girişimci olmayan kişiler arasında şekillenmektedir.

Çizelge 4.2. Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

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

Kaynak: Güney 2001

Çizelge 4.3. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Özellikler	Kadın Girişimciler	Erkek Girişimciler
Motivasyon	-Bir amacı gerçekleştirmekten dolayı elde edilen başarı -Bir işi yalnız yapmaktan kaynaklanan bağımsızlık	-İşleri bitirme sonucu elde edilen başarı -Kişisel bağımsızlık -Kontrolü elde bulundurmaktan kaynaklanan iş tatmini
Hareket Noktası	-Önceki işten kaynaklanan hayal kırıklığı -Alandaki fırsatı görme	-Mevcut işten duyulan tatminsizlik -Okulda ve mevcut işte yeni iş ile ilgilenmiş olma
Fon Kaynakları	-Kişisel varlık ve birikimler -Kişisel borçlar	-Kişisel varlık ve birikimler -Bankalar -Yatırımcılar -Arkadaş ve aileye borçlanma
Mesleki Geçmiş	-İş alanında deneyim -Orta düzey yöneticilik -Hizmet sektöründe deneyim	-Ücretli iş deneyimi -Çeşitli alanlarda uzmanlık
Kişisel Özellikler	-Esnek ve toleranslı olmak -Amaç odaklılık -Yaratıcı ve gerçekçi olmak -Orta düzeyde özgüven -Şevkli ve enerjik olmak	-İkna edicilik -Amaç odaklılık -Yenilikçi ve idealist olmak -Yüksek düzeyde özgüven -Şevkli ve enerjik olmak
Özgeçmiş	- 35-45 yaş aralığında -Kendi hesabına çalışan bir babanın çocuğu olmak -Üniversite mezunu olmak (Sosyal bilimler vb. alanlarda) -Ailenin ilk çocuğu olmak	- 25-35 yaş aralığında -Kendi hesabına çalışan bir babanın çocuğu olmak -Üniversite mezunu olmak (işletme veya mühendislik gibi teknik bir alan) -Ailenin ilk çocuğu olmak
Destek Grupları	-Yakın arkadaşlar -Eş ve/veya aile -Profesyonel kadın grupları -Ticaret birlikleri	-Arkadaşlar, avukat ve muhasebeciler -İş dünyasından arkadaşlar -Eş
İş Alanları	-Hizmet sektörü	-Üretim ya da inşaat

Kaynak: Hisrich ve Peters 2002

Kadın ve erkek girişimciler arasında benzer noktalar bulunmasına karşın dikkate değer farklılıklar da göze çarpmaktadır. Kadın ve erkek girişimcilerin farklılıklarını ortaya koyması açısından dünyada kabul görmüş araştırmalardan biri Hisrich tarafından yapılmıştır. Aşağıda kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıkları içeren Çizelge 4.3 yer almaktadır.

Deneyimleri açısından kadın ve erkek girişimciler incelendiğinde; kadınların daha çok doğrudan deneyim sahibi oldukları, erkek girişimcilerin ise profesyonel yardımlar, staj, usta-çırak ilişkisi gibi çalışma durumlarından deneyim elde ettikleri dikkat çekmektedir. Haftalık çalışma saatleri açısından kadın girişimciler incelendiğinde daha az çalıştıkları belirlenmiştir (daha önceden de belirtildiği gibi, kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerinden en önemlisi esnek çalışma saatleridir). Erkek girişimciler ise haftalık çalışma saati bakımında daha yoğun bir program ile çalışmaktadır.

Kadın ve erkek girişimcilerin hedefleri de farklı olmaktadır. Kadın girişimciler yapacakları işin, yaşam tarzını ve özgürlüğünü öne çıkarırken erkek girişimciler daha çok kar odaklı bir düşünce sistemi geliştirmektedir. Yapılan bir araştırmada, girişimci kadınların firmalarının kuruluş aşamalarında veya kendilerinin işe başladıkları dönemlerde, iş ile ilgili beklentilerini düşük seviyede tuttukları ve böylece hayal kırıklıklarına uğramadıkları gibi tatmin hissine bile ulaşabildikleri vurgulanmaktadır (Cooper ve Artz 1995).

Kadın ve erkek girişimcilerin motivasyonlarını, girişimde bulunma nedenlerini, fon kaynaklarını, mesleki geçmişlerini, kişisel özelliklerini, geçmiş yaşamı ile ilişkili altyapılarını, destek gruplarını ve girişim türlerini sınıflamaktadır. Buna göre; erkekleri girişimci olmaya motive eden faktör, ekonomik olarak bir değer yaratma ve kendini gerçekleştirme olurken, kadın girişimciler için bir amaca yönelme, tek başına fiili olarak ekonomik hayatta var olma ve özgür olma arzusudur. Girişimde bulunma nedenleri incelendiğinde, erkeklerin girişimci olma nedenleri; mevcut işten hoşnutsuzluk, işten çıkarılma ve kişisel koşullarda değişiklik olarak sıralanmaktadır. Kadın girişimciler incelendiğinde ise, çalıştığı işten soğuma, engellendiğini hissetme ve belirli bir alanda yoğunlaşan ilgi dolayısıyla iş değiştirme girişimci olma nedenleri olarak sıralanmaktadır (Başol 2010).

Kalleberg ve Leicht'in (1991) Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success adlı çalışmasında değişik endüstrilerde bulunan küçük işletmelerin başarılarını, yöneticilerinin kadın ve erkek oluşuna göre karşılaştırmışlardır. Kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerin, literatürde birçok dezavantajının olduğuna -örneğin tecrübe eksikliği, aile rolleri, zayıf iş bağlantıları, vs- inancın yüksek olmasına rağmen, bu işletmelerin erkeklerin sahip olduğu işletmelere göre daha az başarılı olmadıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, kadın ve erkeklerin sahip oldukları işletmelerin büyüme sırasında benzer gelir artışlarına sahip oldukları da görülmüştür. Ancak rekabetin yüksek olduğu durumlarda, kadınların sahip oldukları girişimlerin daha az ayakta kaldığı gözlenmiştir.

4.3.2. Kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar

Hanelerin refahının artırılması, yoksullukla mücadele, kadınların işgücüne katılımlarındaki hızlı düşüşe ve artan kadın işsizliğine karşı çıkılması, kadınların ekonomik faaliyetlerinin daha verimli kılınması, toplumsal cinsiyet eşitliğinin geliştirilmesi ve kadınların güçlenmesi gibi hedeflere ulaşmada kadın girişimciliğinin nasıl bir stratejik araç olacağı konusunda da farklılıklar, görüş ayrılıkları ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada kapsanan kurumlar ve projeler, kendi programlarını, bu hedeflerden birine veya birkaçına göre oluşturmuşlardır (Ecevit 2007).

Türkiye'de potansiyel ve mevcut girişimci kadınları desteklemek ve onlara gerek eğitim faaliyetleri gerek teşvik ve kredi kolaylıkları ile yön vermek amacıyla kurulmuş kamu ve sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır. Bu amaçla varlığını sürdüren kurum ve kuruluşların en bilinenleri aşağıdaki açıklandığı şekildedir.

4.3.2.1. Kamu kuruluşları

Kadın girişimciliği konusunda; Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Eğitim Yayım ve Yayınlar Dairesi Başkanlığı, İŞKUR ve Bankalar gibi çeşitli kurum ve kuruluşlardan faaliyet göstermektedir. Ayrıca İl Özel İdarelerinin yoksul kadınlara mikro kredi verilmesiyle ilgili çalışmaları da bulunmaktadır.

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB): Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB); 20 Nisan 1990 tarihinde Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nda ilgili alt birim olarak kurulmuştur. Kuruluş gerekçesi; küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin çeşitli araçlarla desteklenerek bu işletmelerin büyümesi, gelişmesi için uygun ortamlar yaratılması ve ekonomiye daha fazla katma değer yaratmalarına imkân verilmesi şeklinde ifade edilmiştir. Destek programları uygulamaya konulurken girişimci kadın işletmeleri için başvuruların ayrı tutulduğu programlar hazırlanması ve hali hazırda olan programların süreklilik arz etmesi önem taşımaktadır. KOSGEB sanayi sektöründe faaliyetlerini sürdüren KOBİ'lere destek vermektedir. Ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümünde temel faktör olan girişimciliğin desteklenmesi, yaygınlaştırılması, başarılı işletmelerin kurulmasını sağlamak amacı ile KOSGEB yeni girişimcilere bir takım hizmetler sunmaktadır. Bu hizmetler danışmanlık, eğitim, laboratuvar, tanıtım ve yazılımı kapsamaktadır. KOSGEB ayrıca küçük yeni girişimcileri işe başlama sürecinde desteklemeyi amaçlayan bir uygulama yürütmektedir. Ancak bu destekten faydalanmak için, KOSGEB'in danışmanlık havuzunda yer alan ilgili danışmanlardan iş kurma ve işletme süreçleriyle ilgili eğitim almak gerekmektedir. Eğitim sürecini başarıyla tamamlayan ve uygun bir iş planı hazırlayan girişimciler, hazırladıkları iş planı KOSGEB tarafından kabul edilirse bu destekten faydalanabilirler. KOSGEB üretim, pazarlama, kalite kontrol, makine ve donanım desteği, teknoloji geliştirme, eğitim ve bilgilendirme hizmetleri vermekte, çeşitli alanlarda projeler uygulamakta ve bireysel projeleri desteklemektedir. Bu arada KOBİ'lerin pazarlama çalışmalarına destek sağlanmakta ve ülke dışındaki önemli fuarlara katılmalarını özendirilmektedir. Uluslararası iş gezileri düzenlemekte ve KOBİ'lere daha uygun pazarlama fırsatları sağlanması için seçilmiş sanayi kollarını desteklemektedir (Ecevit 2007).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM): Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı çatısı altında faaliyet gösteren müdürlük; kadınlara eşitlik içerisinde sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi alanlarda hak ettikleri statüyü kazanmalarını sağlamak amacıyla çalışmalar yapmak üzere 1990 yılında kurulmuştur. Bu bağlamda müdürlük kadınların sosyal yaşamın her alanında güçlendirilmesine yönelik politikalar geliştirilmesinden ve uygulanmasından sorumludur. Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamanın ulusal kurumsal mekanizması konumundadır. KSGM'nin görevleri şöyle tanımlanmaktadır:

- Türkiye'de kadınların genel eğitim düzeyinin yükseltilmesi,
- Kadınların tarım, sanayi ve hizmetler alanındaki faaliyetlere katılımının artırılması,
- Kadınların sağlık, sosyal güvenlik ve hukuk alanlarındaki güvenliğinin sağlanması,
- Kadınların toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal açılardan eşit statü kazanmalarına yönelik politikalar geliştirilmesi ve uygulanması.

KSGM kadınlara karşı ayrımcılığın önlenmesi, kadın erkek eşitliği anlayışının kamu plan ve politikalarına yerleştirilmesi ve toplumsal yaşamın tüm alanlarında kadınların ilerlemesini sağlama amacıyla politikalar üretme ve koordinasyon sağlama işlevini yerine getirmek üzere hizmetlerini yürütmektedir. KSGM ayrıca Milli Eğitim, Çalışma ve Sosyal Güvenlik, Kültür ve Turizm, Sağlık, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlıkları başta olmak üzere ilgili tüm kurum ve kuruluşların kadın politikaları uygulama faaliyetlerinde koordinasyonu sağlama görevini üstlenmektedir. KSGM kadınların iş dünyasına dahil edilmeleri ve girişimci kadınların özel bir fonla, özel kredi imkânlarıyla ya da vergi indirimi ile desteklenmeleri ya da girişimlerini başlatmaları sırasında karşılaşılan bürokratik sürecin azaltılması, pazarlama, iletişim, yönetim gibi gerekli eğitim programlarından yararlandırılmaları konularında önemli çalışmalara katkı sağlamaktadır (Anonim 2013b).

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı: Kırsal kesim kadınına daha verimli tarımsal üretim için bilgi, yöntem ve araç sağlamak, kaynakları daha etkin yönetebilmek ve kullanabilmek için teknolojileri öğretmek ve uygulatmak gerekmektedir. Eğitim, Yayın ve Yayınlar Daire Başkanlığınca kırsal kesimde yaşayan kadınlara tarımsal konularda bilgi ve teknik öğretmek, becerilerini geliştirmek için eğitim ve yayım hizmetleri verilmektedir.

Kırsal kesimdeki kadınların halihazır durumu ve sorunları ile ilgili araştırmalar yapmak, çözüm önerileri ortaya koymak, araştırma sonuçlarına göre yıllık eğitim programlarını hazırlamak ve kadın çiftçilerin eğitim ihtiyaçlarına ait projeler geliştirmek, eğitimlerde görev alacak her seviyedeki teknik elemanlar için hizmet içi eğitim programlarını planlamak ve uygulamak, Bakanlığa bağlı tüm Araştırma Enstitüsü Müdürlükleri ile işbirliği yapmak ve teknolojik bilgilerin çiftçi kadınlara aktarılmasını sağlamak, yıllık faaliyet plan ve programlarını uygulama sonuçlarını izlemek ve değerlendirme sonuçlarına göre yeni yöntemler geliştirmek şeklinde çalışma ve projeler yürütülmektedir (Anonim 2013c).

Türkiye İş Kurumu (İŞKUR): Türkiye İş Kurumu işgücü piyasasındaki gelişmeleri izlemekten, gerekli önlemleri almaktan ve piyasalarda işgücü arzı ile talebini denkleştirmekten sorumlu kuruluştur. Kuruluş bu amaçla iş bulma ve işe yerleştirme, yaygın mesleki eğitim, iş üzerinde eğitim gibi hizmetlerin yanı sıra diğer aktif işgücü piyasası politikalarını uygulamaktadır. İşsiz olup iş arayan herkesin yasa gereği İŞKUR kaydının olması zorunludur. Bununla birlikte İŞKUR, iş arama ve işe yerleştirme gibi hizmetler söz konusu olduğunda, tek kuruluş durumunda değildir. Çünkü İş Yasası'nda 2004 yılında yapılan bir değişiklikle özel istihdam bürolarının çalışması da yasal hale getirilmiştir (Ecevit 2007).

İl Özel İdareleri: Dünya nüfusunun %20'sini oluşturan yaklaşık 1.2 milyar insanın günde 1 dolarlık mutlak yoksulluk sınırının altında yaşamaya çalıştığı günümüzde "mikro finansman sistemi" özellikle kırsal alanda yoksulluğu azaltmak, geliri arttırmak ve istihdamı desteklemek üzere tasarlanmış birçok müdahale stratejilerinden biri olarak görülmektedir (Helms 2005). Can ve Karataş'ın (2007) Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği adlı araştırmada; kadınların % 70'inin kuruluş aşamasında güvensizlik, prosedürlerin zorluğu gibi nedenlerle banka kredisine başvurmadıkları ve % 60'ının ise işletmelerinde sermaye sıkıntısı çektikleri belirlenmiştir. Bu durum dikkate alındığında mikro finansman sisteminin işletmenin gerek kuruluş aşamasında ve gerekse faaliyet döneminde ne kadar önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Kadınlara yönelik mikro kredi uygulamaları kapsamında 4 Mart 2005 tarihinde yürürlüğe giren 5302 Sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nun 6.Maddesi ile İl Özel İdarelerine yoksullara mikro kredi verilmesine ilişkin hizmetler için görev ve yetki verilerek, kanunun 64.maddesi ile de İl Özel İdarelerinin kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, meslek odaları, dernekler ve vakıflar ile ortak hizmet projeleri gerçekleştirebilecekleri hükme bağlanmıştır. Yoksul insanları özellikle de geleneksel bankacılık sistemiyle kapsanmayan kadınları korumayı ve onların iş hayatına girmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Proje kapsamında kredi alımlarında herhangi bir proje hazırlanmasına, kefil, senet ve ipotek gibi işlemlere gereksinim duyulmamaktadır. Önemli olan kişilerin ne iş yapacaklarına karar verip kendileriyle aynı sosyo-ekonomik özelliklere sahip mahalle sakinlerinden güvenilir beş kişilik bir grup oluşturmaları gerekmektedir. Krediler kişiye özel verilir ancak kişinin kredi talebinde bulunabilmesi için beş kişilik grup oluşturması zorunlu olmaktadır.

Bankalar (Vakıfbank, Ziraat Bankası, Halk Bankası): Özellikle kamu kesimine ait kimi bankaların sübvansiyonlu kredi sistemleriyle KOBİ'lerin desteklenmesinde önemli rolleri bulunmaktadır (Ecevit 2007).

Vakıfbank; KOBİ'lere başlangıç sermayesinden genişlemeye yönelik sermayeye kadar çeşitli alanlarda kredi vermektedir. Ne var ki, kefalet ve güvence koşulları kadınların bu sistemden yararlanmalarını çok güçleştirmektedir.

Ziraat Bankası; tarım sektörünü desteklemek üzere kurulmuştur. Banka tarım sektöründeki kooperatiflere kredi vermeyi tercih etmektedir. Kooperatifler de aldıkları krediyi üyelerine dağıtmaktadır. Kadınların tarım sektöründeki güçsüz konumları, daha da ötesi, mülkiyet sahipliği konusundaki sınırlılıkları göz önüne alındığında, bu kredilerin çok az bir bölümünün kadınlara ulaştığı söylenebilir.

Halk Bankası; genellikle mikro ve küçük işletmelere yönelik sübvansiyonlu kredi vermektedir. Banka bir dönem "Kadın ve Genç Girişimcilere Kredi" başlığı altında girişimcilere ve KOBİ'lere hazine desteğinde sübvansiyonlu kredi vermiş, "Girişimci Destek Paketi"ni devreye sokmuştur. Ancak bu kredilerden yararlanabilenlerin sayısına ilişkin bilgi bulunmamaktadır. Bununla birlikte pek az sayıda kadının bu kredilerden yararlanabildiği tahmin edilmektedir; çünkü bu krediler, aralarında kadınların henüz çok sınırlı sayıda olduğu Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu üyelerine verilmiştir.

4.3.2.2. Sivil toplum kuruluşları (STK)

Sivil toplum örgütlerinin kadının sosyal yaşama yönelmesi ve istihdama açılan yolda yürüebilmesinde önemli katkıları bulunmaktadır. Aslında kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların çözülmesi devletin öncelikli görevleri arasında yer almaktadır. Ancak sivil toplum örgütleri yürüttükleri projelerle sorunları kolaylaştırıcı işlev üstlenebilirler. Sivil toplum kuruluşları, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların çözülmesi sürecinde devletin eksiklikleri gidermesine öncülük yaparak konunun çözümünde etkili olabilirler.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Kadın Girişimciler Kurulu: Kadın girişimciliğin gelişiminde kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra özel sektörde çalışmalar sürdürmektedir. Türkiye'de özel sektörün mesleki üst kuruluşu ve

yasal temsilcisi olan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) bünyesinde Kadın Girişimciler Kurulu oluşturmuştur. 2007 yılında kurulan Kadın Girişimciler Kurulu, kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği, AB ülkelerindeki işletmelerde staj imkânı ve girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek vermeyi hedeflemektedir.

Kadın Girişimciler Kurullarının tüzüğünüzde yazan esas gereği kadın girişimci potansiyelinin nitelik bakımından geliştirmesi amacıyla politikalar belirleme, girişimcilik kültürünün gelişmesine öncülük etme, girişimci ruhlu kişilere bu özelliklerini daha etkili kullanabilmelerini sağlamak, iş kurmayı düşünenlere kuruluştta ve daha sonrasında destek verme, yol göstermek adına girişimcilik eğitimleri, seminer ve panel düzenleme, lise ve üniversitelerde girişimcilik dersleri, seminerleri, panelleri düzenleme, girişimcilik ve iş kurma konularında ilgili prosedürleri aktaran kitapçıklar ve cd'ler hazırlama internet portallarında paylaşma, koçluk sistemi geliştirerek yeni iş kuran girişimcilere deneyimli girişimciler tarafından belli sürelerde destek sağlama, kadın girişimcilerin deneyimli girişimciler yanında staj yapmalarını sağlama, yurt içinde ve yurt dışında kadın girişimciliğe ilişkin gelişmeleri idari ve yasal düzenlemeleri izleyerek toplanan bilgileri ilgililere ulaştırma gibi görevleri vardır (Güngör 2012).

Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK): Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu, Esnaf ve Sanatkârlık Yasasının çıkmasının ardından esnaf ve sanatkârları örgütlemek üzere kurulan üyelik temelli bir örgüttür. TESK'in görevi, esnaf ve sanatkâr odaları ve federasyonları arasında işbirliği sağlamak, kamu politikaları ve uygulamalarında üyelerinin çıkarlarını temsil etmek, esnaf ve sanatkârları uluslararası platformlarda temsil etmek ve bu kesimin hizmet kalitesini ve verimliliğini artıracak eğitim, merkez kurma ve örgütlenme gibi etkinlikleri yürütmektir. TESK Kredi Garanti Fonu aracılığıyla kredi güvencesi vermektedir. Bu fonda yer alanlar arasında TESK, TOBB, Orta Boy İşletmeler Vakfı, Kendi Hesabına Çalışan Meslek Erbabı ve Yöneticiler, Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı, KOSGEB ve Halkbank bulunmaktadır. Kredi güvencesi esas olarak bu kuruluşların üyelerine verildiğinden üyeler arasındaki kadın sayısının artırılması önem taşımaktadır (Anonim 2012b).

Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM): Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM), Avrupa Birliği'nin himayesinde, TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) ve Ticaret ve Sanayi Odalarının bölgesel destekleriyle 2002 yılından bugüne faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bölgedeki KOBİ'lerin rekabet seviyelerini yükseltmelerine ve potansiyellerini geliştirmelerine yardımcı olacak profesyonel yönetim danışmanlığı ve eğitim hizmetlerini sunmak, bölgenin ekonomik kalkınmasına destek olmak amaçları arasında yer almaktadır. Bu merkezlerin amacı; küçük ve orta boy işletmelerin uluslararası ölçekteki çalışma koşullarına uyum sağlamalarına yardım etmektir. Merkezlerin etkinliklerinin şöyle sınıflandırılması mümkündür (Paksoy ve Aydoğdu 2010):

- İş kurmanın ve küçük işletmelerin desteklenmesi,
- İş geliştirme,
- Özel projeler,
- İş danışmanlığı hizmetleri ve
- Eğitim hizmetleri şeklindedir.

Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV): Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV) 1999 Marmara Depremi'nden sonra deprem bölgesinde sosyal ve ekonomik açıdan desteksiz kalmış kadınlara yardımcı olmak amacıyla bir araya gelen bir kadın platformu tarafından kurulmuştur. Temmuz 2001'de tüzel kişiliğini kazanan KADAV, kadınlara güçlenmenin ve özgürleşmenin yolunu açacak olan ekonomik ve sosyal güçlenme konusunda imkân ve araçlar oluşturmayı ve onlarla dayanışmayı amaçlamaktadır. KADAV, bölgedeki istihdamla ilgili çalışma yapan resmi kurum ve kuruluşlar, çeşitli odalar ve sendikalarla da işbirliği yapmaktadır. Ayrıca kendi işini kuran kadınlara girişimcilikle ilgili eğitimler de vermektedir. Bu birimin amacı; mesleki eğitim programlarının işverenlerin işgücü talepleri doğrultusunda hazırlanması ve çeşitlendirilmesidir. Kadınlar için mesleki eğitimin hangi sektörler ve alt sektörler için en fazla gerekli olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın bir başka amacı da, işe yerleştirme çalışmalarında kullanılmak üzere istihdam edilebilir kadın ve işveren portföyünün oluşturulmasıdır (Anonim 2012c).

Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER): Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Türk kadın girişimcileri teknik, mali, idari ve hukuki alanlarda desteklemek amacıyla 38 deneyimli kadın girişimci tarafından 12 Eylül 2002 tarihinde ülke çapında faaliyet gösteren ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul'da kurulmuştur. Amaçları arasında

geleceğin iş dünyasını yapılandırmada etkin kadın girişimciler yaratmak, ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını artırmak, mevcut kadın girişimcileri güçlendirmek, Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlayarak Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmak yer almaktadır. Dernek, üyelerine eğitim, danışmanlık, kredi güvencesi ve iletişim ağı sağlama hizmetleri vermektedir. Kuruluş, tüm bu hizmetleri ile Türkiye'de kadın girişimciliğin geliştirilmesi için elverişli koşulların oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Derneğin kurucuları arasında; her türlü hukuk ve yönetim danışmanlığı, sağlık ve ilaç, maden, gıda ve içecek, turizm, yayıncılık, halkla ilişkiler, tekstil, perakende, insan kaynakları, pazarlama, reklamcılık, finans ve bilişim, film yapım, ulaşım-nakliye ve denizcilik sektörlerinde çalışan Türkiye'nin önde gelen kadın girişimcileri bulunmaktadır (Anonim 2012d).

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV): Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), dar gelirli kadınları sosyal ve ekonomik olarak güçlendirmek ve onların yerel kalkınmaya katılımlarını desteklemek amacıyla 1986 yılında kurulmuştur. Merkezi İstanbul'da olan KEDV, vakıf çalışmalarını sürdürürken, kamu, özel sektör ve diğer sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmaktadır. KEDV, kadının ekonomik olarak güçlendirilmesi, istihdam ve girişimciliğinin artırılması için çeşitli programlar uygulamaktadır. Geliştirdiği programların yaygınlaşması için eğitici eğitimi programlara ve yayınlara da öncülük etmektedir. Kadının ekonomik yaşama katılması yönünden çok önemli bulduğu çocuk bakım ve eğitim hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve kalitesinin artırılmasına yönelik oluşturduğu program bunlardan bir tanesidir. Böylelikle çocuk bakım ve eğitim hizmetleri konusunda özellikle yoksul kadınlar yönünden ciddi bir istihdam ve girişimcilik alanı da yaratmaktadır. KEDV ayrıca, tüm dünyada yoksullukla mücadelede ve özellikle kadınların güçlendirilmesinde önemli bir strateji olduğuna inanılan ve 1976 yılında Bangladeş'te Muhammed Yunus tarafından kurularak Grameen Bank tarafından uygulanan mikro kredi sisteminin, Türkiye'deki ilk uygulayıcısı olmuştur. Maya adı verilen mikro kredi kurumunun amacı, evinde, tezgâhında ya da dükkânında kendi işini yapan ya da bir iş kurmak isteyen dar gelirli kadınlara maddi destek vermektir. Küçük miktarlarda krediler veren bu kurumun, verdiği kredilerin geri dönüş oranı %98 olmuş ve aldığı borç para ile birçok girişimci kadın iş dünyasına katılmıştır (Anonim 2012e).

Kadın Merkezi (KAMER): KAMER, 1999 yılında özel bir statüyle kurulan, hükümet dışı ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Merkezi Diyarbakır'dadır. Hedefi; kadınların hukuksal, ekonomik, siyasal ve toplumsal açıdan güçlendirilmelerine katkı sağlamak ve kadınların uzun dönemli istihdamı ve eğitimi için destek mekanizmaları geliştirmektir. Kadınların kendi hakları ve bu hakların ihlali konusunda bilinç ve duyarlılık geliştirmek, çeşitli kamusal etkinliklere ve istihdama katılmak üzere evlerinden çıkmalarına yardımcı olmak ve kadın istihdamını artırmak gibi amaçlar doğrultusunda Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde kurulan kendi türünde ilk kuruluştur. Kuruluş son dönemde kadına karşı şiddete yönelik olarak bir de acil yardım hattı oluşturmuştur. KAMER uzmanlar tarafından yönlendirilen iş fikri geliştirme kursları düzenlemekte ve bu alanda istekli kadınları TKV'nın 'Kendi İşini Kur' eğitimine yönlendirmektedir (Anonim 2012f).

Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV): Türkiye'nin kırsal kesiminde yoksulluğun giderilmesi de dahil tarımsal ve kırsal kalkınmayı desteklemek için 1969 yılında kurulan ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Faaliyet alanı ise öncelikle kırsal kalkınma olmak üzere ekonomik, sosyal ve insani kalkınmadır. TKV sistemi, Türkiye çapında 20 bölgede, kalkınma projelerinin geniş bir alanda yerel ve ülke çapındaki organizasyon ağı sayesinde uygulanmasıyla ortaya çıkmıştır. TKV'nin misyonu katılımcı kırsal kalkınma projeleri yoluyla kırsal alanda kaynak yoksulu hanelerin gelir düzeyi ve yaşam kalitesini artırmak ve yoksulluğu gidermektir. Vakfın faaliyetlerinde ana hedef grup: küçük çiftçiler ve kaynak yoksulu hanelerdir ve bu hanelerdeki kadın ve gençlere özel önem verilmektedir (Anonim 2012g). Amaçları;

- Gelir getirme ve üretim araçlarına sahip olma fırsatı yaratacak faaliyetler geliştirmek,
- Birey, hane ve toplulukların yönetsel, örgütsel ve teknik beceriler kazanmasına yardımcı olmak,
- Hedef grupların örgütlenme ve katılım kapasitelerini geliştirmek ve
- Çevre bilincini geliştirmek ve çevreyi koruma ve değerlendirme kapasitesini artırmaktır.

Kadın İş Geliştirme Merkezleri (KİŞGEM): İŞGEM'ler, özellikle yeni girişimcilerin ve işletmelerin en zorlu yılları olan ilk yıllarında onlara çeşitli şekillerde destek olan, iş kurlarını ve yönetmelerini kolaylaştıran, işletmelerin başlangıç aşamalarında

karşılaşacakları riskleri en aza indiren ve uzun yıllardır dünya'da başarı ile uygulanan bir istihdam yaratma ve iş kurma modelidir. KİŞGEM'lerde iş fikri olan, iş fikrini gerçekleştirmek için çıkış yolları ve destek arayan, özetle geleceğini kendi elleriyle kurmak isteyen kadınlara açık bir fırsat ortamı oluşturulmaktadır. KİŞGEM'lerin kurulmasındaki genel hedefler; küçük işletmelere bina konusunda ve yeni iş kurma konularında destek vermek ve yardım etmek, başarılı işletmeler kurulmasını sağlamak, işletmelerin büyüme ve hayatta alma fırsatlarını artırmak, yeni iş ve istihdam olanakları oluşturmak, yerel kaynakları yeni ve/veya farklı işletmelere yönlendirmek, girişimciliği özendirme, güvenli bir iş ortamı sağlamak, rekabetçi ortamı sağlamak, bölgesel ve yerel gelişimi hızlandırmak ve bu konulara katkıda bulunmak, yerel ekonomiyi desteklemektir (Anonim 2013d). KİŞGEM'nin girişimcilerine sağlanacak destekler;

- Etkin bir iş planı hazırlanması,
- Yönetim danışmanlığı,
- Ofis ve üretim alanı,
- İdari hizmetler,
- Teknik destekler,
- İş ağı (network),
- Ortak ofis araç ve gereçlerinin kullanılması, gerektiğinde hukuk ve muhasebe danışmanlığıdır.

4.3.2.3. Özel kuruluşlar

Özyeğin Üniversitesi 10.000 Kadın Girişimci: Goldman Sachs firması tarafından 2008 yılında başlatılan 10.000 Kadın, küresel finansal hizmetler ve şu anda dünyada 43 ülkede yürütülen bir sosyal sorumluluk projesidir. Amaç dünya çapında işini kurmuş fakat yeterli imkanlardan yoksun 10.000 kadına girişimcilik ve işletme eğitimleri vererek kadınların işlerini büyütmelerine destek olmak, dolayısıyla paylaşımcı ekonomik büyümeyi güçlendirmektir. 10.000 Kadın, dünyada 80'in üzerine akademik kurum ve sivil toplum kuruluşundan oluşan bir ağ tarafından yürütülmektedir. Bunlardan 45'ten fazlasını akademik kurumlar oluşturmaktadır. 10.000 Kadın Türkiye Programı, Özyeğin Üniversitesi ve Goldman Sachs Vakfı işbirliği ile 2009 yılında hayata geçmiştir. 4 yıl sürecek projenin temel hedefi, işlerini büyütme potansiyeline sahip 400 kadına işletme ve yöneticilik eğitimleri vererek işlerini büyütmelerine destek olmaktır. Programın diğer hedefleri şöyle sıralanabilir:

- Kadınlara işletme ve yöneticilik eğitimleri vererek paylaşımcı ekonomik büyümeyi desteklemek,
- Kadınların işlerini büyüterek yeni iş alanları yaratmasına ve ailelerine, toplumlarına ve uluslarına daha fazla zenginlik kazandırmalarına yardımcı olmak,
- Yüksek kaliteli işletme eğitimi almamış girişimci kadınların kapasitelerini arttırmak ve onları güçlendirmek,
- Mezunlara ağ oluşturma, mentörlük ve koçluk hizmetleri sunarak onları birer küresel oyuncu olma yolunda desteklemek.

Eğitim programı, işini yönetebilmesi için gerekli olan düzgün bir işletme eğitimini alamamış kadınların konu ile ilgili tüm eksiklerini kapatmayı hedefleyecek şekilde düzenlenmiş modüllerden oluşmaktadır. Eğitimler burslu olarak verilmekte ve katılımcılardan ücret talep edilmemektedir (Anonim 2013e).

Garanti Bankası: Garanti Bankası ekonominin nabzını yakından tutan bir finans şirketi olarak kadın girişimciliğinin artmasıyla üretime katılan kadın sayısının çoğalacağını, ülkenin sosyal ve ekonomik gelişiminin ivme kazanacağını ve toplumun daha hızlı ilerleyeceğini düşünmektedir. Türkiye’de girişimci kadınları daha iyi anlamaya çalışan ilk özel banka olarak kadınların her anlamda yanında olmak ve destek vermek üzere hem finansal çözümler üretmeye hem de bilgi birikimlerini artıracakları, cesaret kazanacakları ve seslerini daha fazla duyuracakları platformlar geliştirmeye çalışmaktadırlar. Garanti Bankası tarafından özel faiz oranıyla kredi imkanı sağlanan Kadın Girişimci Destek Paketi kapsamında bugüne kadar girişimci kadınlara kredi kullanırlanmıştır (Anonim 2013h).

Melek Yatırımcılar: Ersoy’un (2010) çalışmasına göre; Melek Yatırımcı (Angel Businessman) sayısının az gelişmiş ülkelerde düşük, gelişmiş ülkelerde yüksek olması sosyal çevre ve ekonomik çeşitliliğin bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Yüksek risk ve yüksek büyüme potansiyeline sahip firmalara, kuruluşlarının başlangıç döneminde yatırım yapan özel bir yatırımcı tipi olarak tanımlanan melek yatırımcılar Avrupa Birliği ülkelerinde yıllık yapılan girişim sermayesi yatırımlarında GSYİH’ların % 0.4’ünü, ABD’de % 0.8’ini, hatta İsrail’de % 1.6’sını teşkil ederken, bu oran ülkemizde % 0.003 düzeyinde olduğu ifade edilmiştir.

5. ARAŞTIRMA BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Tekirdağ, coğrafi konumu itibariyle gerek ekonomik açıdan gerekse de sosyo kültürel yapı bakımından stratejik öneme sahip illerden biridir. Tekirdağ'ın başta İstanbul'a yakınlığı bununla birlikte Avrupa'yı Anadolu'ya dolayısıyla Ortadoğu'ya bağlayan kara, deniz ve demiryolu üzerinde kurulmuş olması bu önemi daha da arttırmaktadır.

2011 yılında yapılan İllerin Sosyo Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırmasında, Tekirdağ'ın sosyo ekonomik gelişmişlik endeksi açısından 81 il arasındaki konumu 9. sıra, illerin gelişmişlik endeksi açısından ise 10. sıradadır (Eraydın ve ark. 2012). Bugün gelinen noktada; üniversite, liman ve demiryolu alt yapısı, sahip olduğu sanayi yatırımları ve ekonomik potansiyeli düşünüldüğünde Tekirdağ, sosyoekonomik yaşam açısından önemli düzeyde gelişmiş illerden biridir. İllerin sosyoekonomik yapısını etkileyen ve belirleyen faktörler çok çeşitli olmakla beraber bu göstergeler coğrafi, sosyal ve ekonomik altyapı olmak üzere üç ana başlık altında toplanabilir (Başar ve ark. 2009).

5.1. Tekirdağ İlinin Coğrafi Altyapı Göstergeleri

Tekirdağ ili, Marmara Denizi'nin kuzeyinde, İstanbul ve Çanakkale illeri arasında yer almaktadır. Doğusunda İstanbul, kuzeyinde Kırklareli, batısında Edirne, güneyinde Marmara Denizi ile çevrili Tekirdağ 6.313 km² yüzölçüme sahiptir. Nüfusu 852,321 kişi, nüfus yoğunluğu km²'ye 126 kişidir (Anonim 2012a). Tekirdağ ili; Merkez ilçe ile birlikte 9 ilçe (Çerkezköy, Çorlu, Hayrabolu, Malkara, Marmara Ereğlisi, Muratlı, Saray, Şarköy) ve 273 köy olmak üzere 291 yerleşim ünitesinden oluşmaktadır. İlin Marmara Denizi ve Karadeniz'e sahili bulunmaktadır (Çıracı ve ark. 2010).

Şekil 5.1. Tekirdağ İli ve İlçeleri Haritası



Kaynak: Anonim 2011a

5.1.1. Karayolu bağlantısı

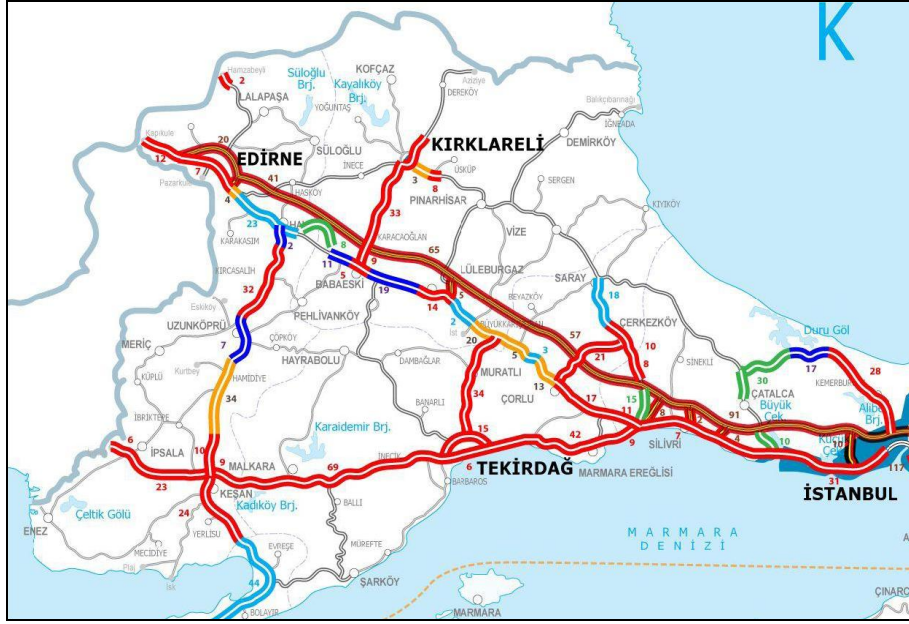
Tekirdağ ili Avrupa'yı Anadolu'ya ve Ortadoğu'ya bağlayan kara ve demiryolu üzerine kurulmuştur. Türkiye'nin en yoğun ithalat ve ihracatının yapıldığı İstanbul ile Avrupa arası bağlantı sağlayan D-100 ve D-110 karayolu ile TEM otoyolu (Şekil 5.2) il sınırları içerisinde geçmektedir. D-100 İpsala sınır kapısı ile Yunanistan'a, D-110 ve TEM otoyolu ile de Kapıkule sınır kapısından Bulgaristan'a ulaşılmaktadır. Tekirdağ ili stratejik konumun getirdiği avantajlarla ulusal ölçekte ortalamanın üzerinde ulaşım altyapısına sahiptir. İlin karayolu altyapısı Türkiye geneli ile karşılaştırılmalı olarak Çizelge 5.1'de verilmiştir.

Çizelge 5.1. Türkiye ve Tekirdağ İli Karayolları (km)

	Devlet Yolları	İl Otoyolları	Otoyol	Genel Toplam
Türkiye	31.271	30.948	2.036	64.255
Tekirdağ	383	269	48	700

Kaynak: Çıracı ve ark. 2010

Şekil 5.2. Tekirdağ İli Karayolları Haritası



Kaynak: Anonim 2010b

5.1.2. Liman bağlantısı

Tekirdağ ilinin Marmara Denizi'ne 135 km kıyısı olması ve çeşitli amaçlarla kullanılan birçok iskeleye sahip olması Tekirdağ ilinden yapılan deniz ticaretini artırmaktadır. Tekirdağ Limanı (Şekil 5.3); Haydarpaşa Limanına 70, Bandırma Limanına 53, Ambarlı limanına 55, Gempport Limanına 80, Varna limanına 212, Köstence Limanına 262, İstanbul Boğazına 69 ve Çanakkale Boğazına 54 mil uzaklıktadır (Anonim 2012a).

Şekil. 5.3. Tekirdağ İli Deniz Taşımacılığı Haritası



Kaynak: Anonim 2010b

5.1.3. Havayolu bağlantısı

1998 yılında hizmete giren Tekirdağ-Çorlu Havaalanı sivil ve askeri kategoride olup Çorlu-İstanbul istikametinde bulunan Seymen Köyü mevkiindedir. Havaalanının Çorlu ilçe merkezine uzaklığı 15 kilometredir (Çıracı ve ark. 2010). Havaalanının tamamlanması çevre iller ve özellikle Tekirdağ'ın gerek turizm gerekse de ticaret yapısına oldukça önemli katkılar sağlama potansiyeli getirmektedir. Bu durum kadın istihdamını olumlu yönde etkilemektedir.

5.1.4. Demiryolu bağlantısı

Ülkemizin milli gelirinin % 5'ini üreten Tekirdağ önemli bir sanayi bölgesidir. Dolayısıyla doğal kaynakları bakımından da zengin, her türlü taşımacılığa müsait önemli illerimizden biridir. Tekirdağ'ı İstanbul ile beraber bir üretim hizmeti merkezi haline getirebilmek için çift hat olarak yapılan demiryolu henüz tek hat olarak hizmet vermektedir. Demiryolu ile Tekirdağ, Avrupa-Anadolu demiryolu hattına bağlanmıştır. Tekirdağ-Muratlı-Asyaport Limanı demir yolu hattı ile Muratlı Tekirdağ arası trenle yolcu da taşınabilmektedir (Anonim 2012a).

Şekil 5.4. Tekirdağ İli Demiryolları Haritası



Kaynak: Anonim 2010b

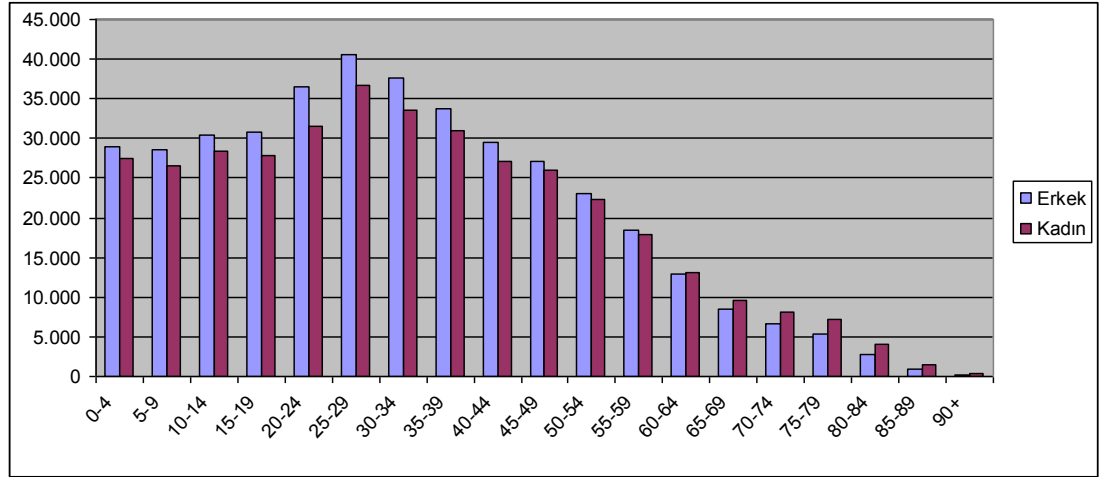
5.2. Tekirdağ İlinin Sosyal Göstergeleri

Tekirdağ, şehirleşme oranının yüksek olduğu illerden biridir. Tekirdağ ilinin nüfusu, 2012 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre 852.321 kişidir. Toplam nüfusun 439.124'ü (% 51,52) erkek, 413.197'si (% 48,48) kadındır. Bu nüfusun 589.049'u şehirlerde, 263.272'si belde ve köylerde yaşamaktadır. Şehirde yaşayanların oranı % 69,11, belde ve köylerde yaşayanların oranı % 30,89'dur. Tekirdağ nüfusunun yaklaşık % 72'si Merkez, Çerkezköy ve Çorlu ilçelerinde yaşamaktadır. Yine aynı nüfus sayımı sonucuna göre, il merkezi nüfusu 202.216 kişi, ilin nüfus yoğunluğu ise km² başına 126 kişidir. Nüfus yoğunluğu merkez ilçede 154 kişiye yükselmektedir. Nüfus bakımından en büyük ilçeleri sırasıyla Çorlu, Merkez ve Çerkezköy'dür. Nüfus bakımından en küçük ilçeleri Marmara Ereğlisi, Muratlı ve Şarköy' dür. Tekirdağ ilinde ortalama hane halkı büyüklüğü 3,79'dur. 2011 yılında Tekirdağ'ın yıllık nüfus artış hızı binde 16,14 olarak gerçekleşerek binde 14,5 olan Türkiye ortalamasının üzerinde kalmıştır. Tekirdağ ili, yıllık nüfus artış hızı sıralamasına göre 25. sıradadır. Türkiye nüfusunun % 1,1'i Tekirdağ'da ikamet etmektedir. Tekirdağ geneline bakıldığında en yüksek nüfus artış hızı Çerkezköy'de gerçekleşmiştir. (Anonim 2012a).

5.2.1. Nüfus yapısı

Tekirdağ'da 15-64 yaş grubunda bulunan çalışma çağındaki nüfus toplam nüfusunun % 71,2 sini oluşturmaktadır. Tekirdağ nüfusunun % 21,8'si 0-14 yaş grubunda, % 7'si ise 65 ve daha yukarı yaş grubunda bulunmaktadır. Türkiye nüfusunun ise % 67'si 15-64 yaş grubunda, % 26'sı 0-14 yaş grubunda, % 7'si ise 65 ve daha yukarı yaş grubunda bulunmaktadır. Tekirdağ'da özellikle 15-24 yaş grubundaki nüfusun, toplam nüfusa oranı Türkiye geneline bakıldığında daha düşüktür. Bu oran Tekirdağ ilinde, 2007 yılında % 16,75, 2008 yılında % 16,87, 2009 yılında ise % 16,17'dir. (Türkiye geneli 2007 yılı % 17,56, 2008 yılı % 17,38, 2009 yılı % 17,24'dür.) Grafik 5.1'de Tekirdağ ilinde nüfusun yaş yapısı gösterilmiştir (Anonim 2012a).

Grafik 5.1. İl Nüfusunun Yaş Dağılımı



Kaynak: Anonim 2012a

Çizelge 5.2’de görüldüğü gibi il nüfusunun büyük bir kısmını genç nüfus oluşturmaktadır. Verimlilik çağı açısından 35 yaş ve daha genç nüfus oranı oldukça yüksektir. Bu nüfusun eğitim ve istihdamı gerçekleştirmesi ilin ve ülkenin kalkınması açısından oldukça önemlidir. Genel olarak kadın nüfusu erkek nüfusundan daha azdır ancak 60 yaş ve üzerinde kadın nüfusu erkek nüfusundan daha fazladır.

Tekirdağ nüfusunun yaklaşık % 72’si Merkez, Çerkezköy ve Çorlu ilçelerinde yaşamaktadır. Çizelge 5.2’de il ve ilçe merkezi ile belde ve köylerin nüfus yapısı gösterilmiştir.

Çizelge 5.2. İlçe Merkezi ile Belde ve Köylerin Cinsiyete Göre Nüfus Dağılımı

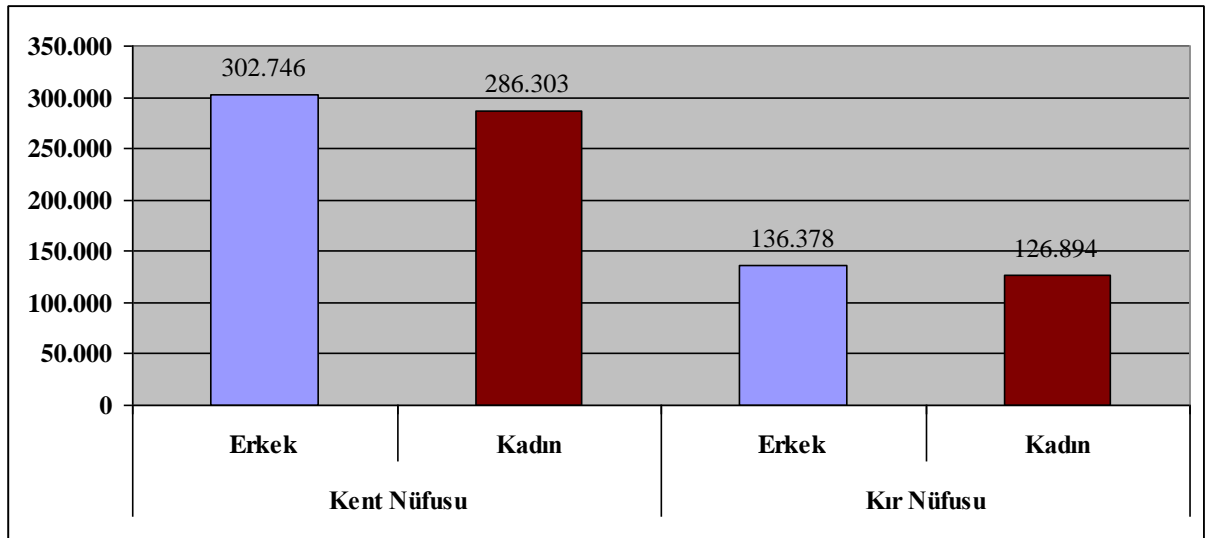
TEKİRDAĞ	İl/İlçe merkezi			Belde/Köy			Toplam		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Merkez	150.112	75.808	74.304	26.736	14.786	11.950	176.848	90.594	86.254
Çerkezköy	84.234	44.123	40.111	104.478	54.213	50.265	188.712	98.336	90.376
Çorlu	235.354	120.975	114.379	38.008	19.758	18.250	273.362	140.733	132.629
Hayrabolu	18.708	9.992	8.716	15.770	7.911	7.859	34.478	17.903	16.575
Malkara	28.880	15.127	13.753	25.241	12.677	12.564	54.121	27.804	26.317
M. Ereğlisi	10.325	5.501	4.824	11.144	5.826	5.318	21.469	11.327	10.142
Muratlı	20.087	10.359	9.728	6.254	3.097	3.157	26.341	13.456	12.885
Saray	23.938	12.170	11.768	23.061	11.685	11.376	46.999	23.855	23.144
Şarköy	17.411	8.691	8.720	12.580	6.425	6.155	29.991	15.116	14.875
Toplam	589.049	302.746	286.303	263.272	136.378	126.894	852.321	439.124	413.197

Kaynak: Anonim 2012a

Yine aynı nüfus sayımı sonucuna göre, ilin merkez ilçe nüfusu 147.490 kişi, ilin nüfus yoğunluğu ise km² başına 124 kişidir. Nüfus yoğunluğu merkez ilçede 154 kişiye yükselmektedir. Nüfus bakımından en büyük ilçeleri sırasıyla Çorlu, Merkez ve Çerkezköy'dür. Nüfus bakımından en küçük ilçeleri Marmara Ereğlisi, Muratlı ve Şarköy'dür. Tekirdağ ilinde ortalama hane halkı büyüklüğü 3,79'dur. 2012 yılında Tekirdağ'ın yıllık nüfus artış hızı binde 16,14 olarak gerçekleşerek, binde 14,5 olan Türkiye ortalamasının üzerindedir. Tekirdağ ili, yıllık nüfus artış hızı sıralamasına göre 25. sıradadır. Türkiye nüfusunun % 1,11'i Tekirdağ'da ikamet etmektedir. Tekirdağ geneline bakıldığında en yüksek nüfus artış hızı Çerkezköy'de gerçekleşmiştir.

Tekirdağ ilinin kent-kır nüfus dağılımı incelendiğinde (Grafik 5.2), gerek kentte gerek kırsal kesimde yaşayan kadın nüfusu erkek nüfusundan az olduğu ve kentte yaşayan kadın sayısının kırsalda yaşayan kadın sayısından fazla olduğu görülmektedir.

Grafik 5.2. İldeki Kent ve Kır Nüfusun Dağılımı

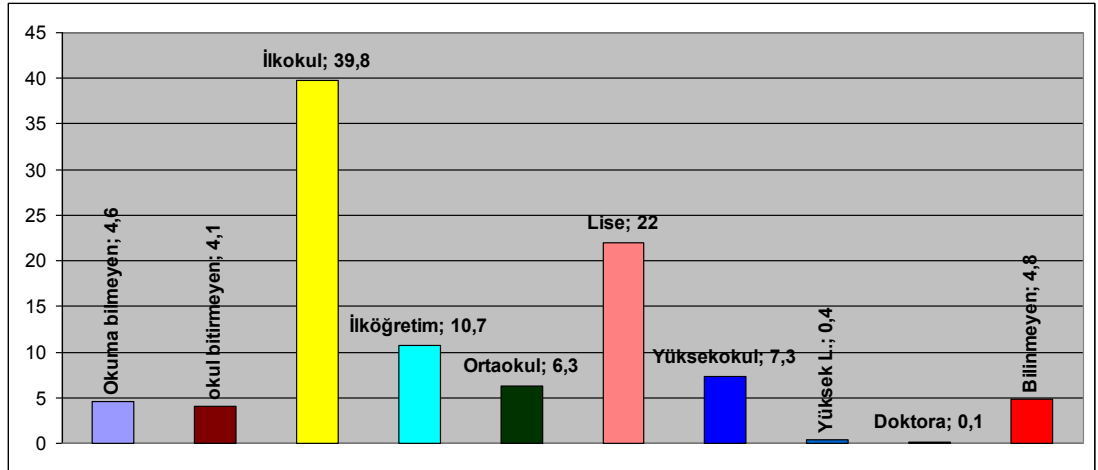


Kaynak: Anonim 2012a

5.2.2. Eğitim yapısı

Tekirdağ ilinin okuryazar nüfus oranı Türkiye geneline göre daha yüksektir. Ancak ilin 2009 yılı nüfus sayım sonucuna göre kadınların % 4,6'sı okuma yazma bilmemekte, % 4,1'i bir okul bitirmemiş durumda bulunmaktadır. Ayrıca kadınların % 39,8'i ilkokul mezunu konumundadır. Bu da il nüfusunun yaklaşık % 50'si ilkokul ve daha az eğitim görmüş kişilerden oluştuğunu göstermektedir.

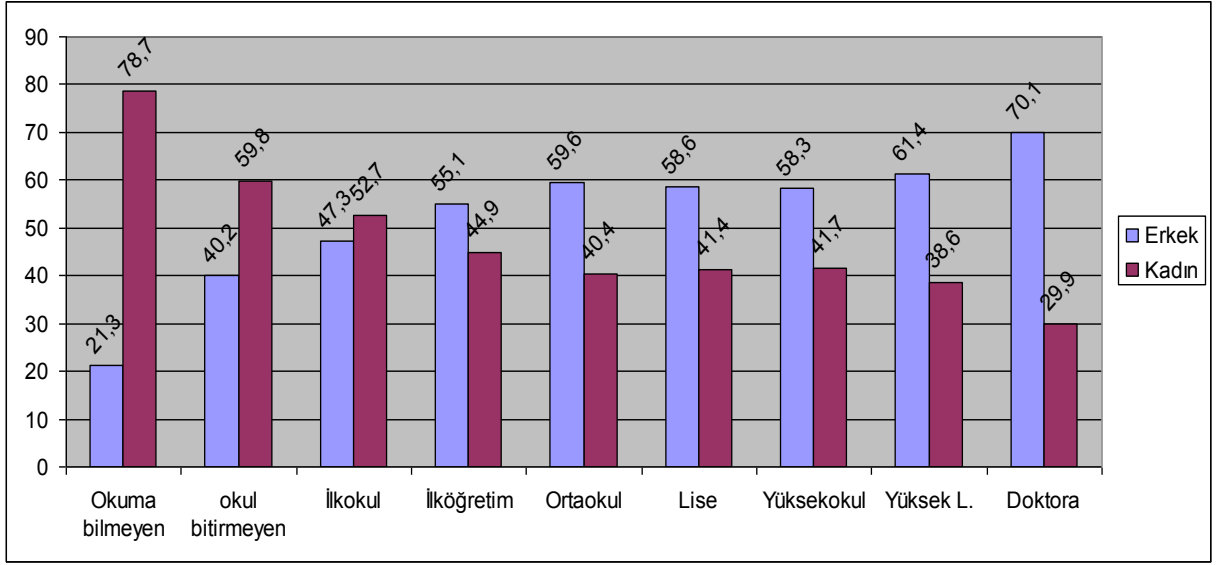
Grafik 5.3. İlin Mevcut Eğitim Yapısı



Kaynak: Anonim 2012a

Grafik 5.4.'de Tekirdağ il nüfusunun cinsiyet dağılımına göre eğitim düzeyleri gösterilmiştir. Buna göre Tekirdağ ilinin okuryazar oranı Türkiye geneline göre yüksek olmasına rağmen cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde okuryazar olmayan kadın nüfusunun oldukça yüksek olduğunu (% 78,7) ve buna karşın erkek nüfusunun oldukça düşük olduğunu (% 21,3) görmekteyiz. Benzer şekilde kadın nüfusunun okul bitirmeyen ve ilkokul düzeyinde erkek nüfusundan daha yüksek olduğu ve eğitim seviyesi yükseldikçe erkek nüfusunun yükseldiğini, kadın nüfusunun ise azaldığını görülmektedir.

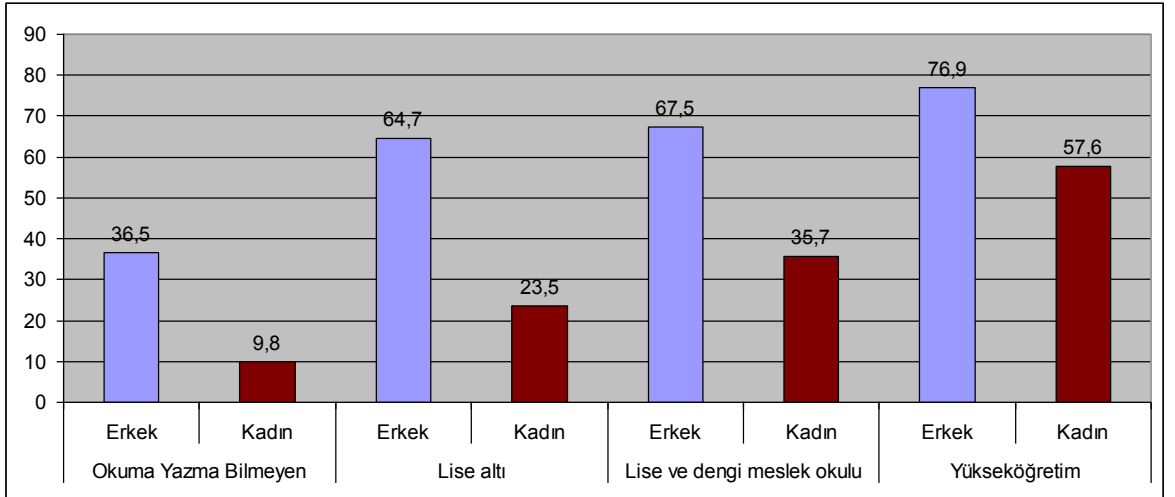
Grafik 5.4. İlin Cinsiyete Göre Eğitim Durumu



Kaynak: Anonim 2012a

Tekirdağ ilinde yaşayan kadın ve erkeklerin eğitim seviyesine göre istihdam oranlarına bakıldığında (Grafik 5.5), eğitim seviyesi yükseldikçe istihdam eden kadın sayısının arttığı görülmektedir. Bu da kadın istihdamında eğitimin önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Grafik 5.5. İldeki Eğitim Durumlarına Göre İstihdam Oranları



Kaynak: Anonim 2012a

Çizelge 5.3’de görüldüğü gibi Tekirdağ ilinde 29 meslek lisesi, 16 ticaret lisesi, 9 çok programlı lise, 4 mesleki ve teknik eğitim merkezi (METEM) ve 4 meslek eğitim merkezi (MEM) olmak üzere toplam 62 adet mesleki eğitim kurumu bulunmaktadır.

Çizelge 5.3. Mesleki Eğitim Kurumu Sayıları (2009-2010)

Mesleki Eğitim Kurumları	Adet
Meslek Lisesi	29
Ticaret Lisesi	16
Çok Programlı Lise	9
Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi (METEM)	4
Mesleki Eğitim Merkezi (MEM)	4
TOPLAM	62

Kaynak: Anonim 2012a

Çizelge 5.4’de Tekirdağ İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nün düzenlediği kurslar görülmektedir. Tabloda görüldüğü gibi Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından ilde açılan kurs sayısı yıllar itibariyle (2005-2010) 405’ten 551’e yükselmiştir. Belge alan kursiyer sayılarında erkek kursiyer sayısı kadınlara daha fazladır. 2005-2010 yılları arasında kurslara katılıp belge alan kadın sayısı 3.518’den 2.410’a gerilemiştir.

Çizelge 5.4. Mesleki Eğitim Kursları ve Öğrenci Sayıları

Öğretim Yılı	Açılan Kurs Sayısı	Belge Alan Kişi Sayısı		
		Erkek	Kadın	TOPLAM
2005 - 2006		5.485	3.518	9.003
2006 - 2007		4.552	3.466	8.018
2007 - 2008		4.757	3.610	8.367
2008 - 2009		4.328	3.373	7.701
2009 - 2010		4.631	2.410	7.041

Kaynak: Çıracı ve ark. 2010

Çizelge 5.5’de Halk Eğitim Merkezlerinin düzenlediği kurslar görülmektedir. Toplam 2.358 kursun 904’ü il merkezinde düzenlenmiştir. Merkez ilçeyi; Çorlu (559 kurs), Çerkezköy (254 kurs) ve Saray (149 kurs) ilçeleri izlemektedir. Kurs sayısına paralel olarak ilgili yerleşkede kurslara katılım ve belge alan kişi sayıları da çizelgede görülmektedir.

Çizelge 5.5. Halk Eğitim Merkezlerinin Kurs ve Katılımcı Sayıları

İlçe	Kurs Sayısı	Katılımcı Sayısı			Belge Alan Sayısı		
		Erkek	Kadın	TOPLAM	Erkek	Kadın	TOPLAM
Merkez	904	6.810	6.182	12.992	5.815	4.864	10.679
Çerkezköy	254	3.695	2.065	5.760	3.023	1.052	4.075
Çorlu	559	5.010	2.680	7.690	4.473	2.374	6.847
Hayrabolu	114	980	978	1.958	754	743	1.497
Malkara	105	1.548	930	2.478	1.396	991	2.387
M.Ereğlisi	92	750	907	1.657	725	684	1.409
Muratlı	64	824	530	1.354	898	390	1.288
Saray	149	2.259	1.197	3.456	1.687	754	2.441
Şarköy	117	1.149	1.331	2.480	1.161	805	1.966
TOPLAM	2.358	23.025	16.800	39.825	19.932	12.657	32.589

Kaynak: Çıracı ve ark. 2010

Çizelge 5.6'da İŞKUR'un düzenlediği mesleki eğitim kursları görülmektedir. Çizelgede görüldüğü gibi 2006-2010 yılları arasında açılan kurs sayısında büyük bir artış olduğu izlenmektedir. Buna paralel olarak katılımcı ve mezun sayılarında da artış sağlanmıştır.

Çizelge 5.6. İŞKUR Tarafından Verilen Mesleki Eğitim Kurs ve Katılımcı Sayıları

YIL	KURS TÜRÜ	KURS SAYISI	KATILIMCI SAYISI	MEZUN SAYISI
2006	Kendi İşini Kuracaklara Yönelik	5	70	65
2007	Kendi İşini Kuracaklara Yönelik	4	65	61
	Özürllülere Yönelik	1	12	12
	İşsizlik Sigortası Kapsamında	3	57	55
2008	Kendi İşini Kuracaklara Yönelik	2	31	30
	Özürllülere Yönelik	1	12	12
	İşsizlik Sigortası Kapsamında	5	100	90
	İstihdam Garantili	2	34	33
	Eski Hükümlülere Yönelik	1	10	3
2009	Özürllülere Yönelik	1	20	20
	ÖSDP - 2	4	138	74
	İstihdam Garantili	26	503	397
	İşgücü Yetiştirme	104	1.691	1.582
2010	İstihdam Garantili	46	916	657
	İşgücü Yetiştirme	79	1.308	989
	Girişimcilik	6	150	46
TOPLAM		290	5.117	4.126

Kaynak: Çıracı ve ark. 2010

5.2.3. Göç yapısı

Tekirdağ ili son 30 yıl içerisinde sürekli göç alan bir il konumundadır. 1975-1980 yılları arasında % 16,5 olan net göç hızı, 1980-1985 yılları arasında % 10,3'e gerilemekle birlikte 1985-1990 yılları arasında net göç hızı % 46,7'ye, 1995-2000 yılları arasında da % 96,8'e çıkmıştır. Bu verilere göre Tekirdağ Türkiye genelinde en yüksek göç hızına sahip bir ilimizdir. Bu göç olgusunun nedenleri olarak, bölgenin sanayi açısından oldukça gelişmiş olması ve istihdam olanaklarının diğer illere göre daha yüksek olması gösterilmektedir (Anonim 2010b). Çizelge 5.7'de görüldüğü gibi Tekirdağ ilinin aldığı göç 42.265 ve verdiği göç 28.620'dir. İlin göç yapısı incelendiğinde ilin aldığı göçün verdiği göçün iki katı kadar olduğu görülmektedir. Aşağıdaki Çizelge 5.7'de 2010-2011 yılları için Tekirdağ İli'nin Türkiye ortalamasına göre aldığı ve verdiği göç rakamları ile net göç hızları gösterilmektedir.

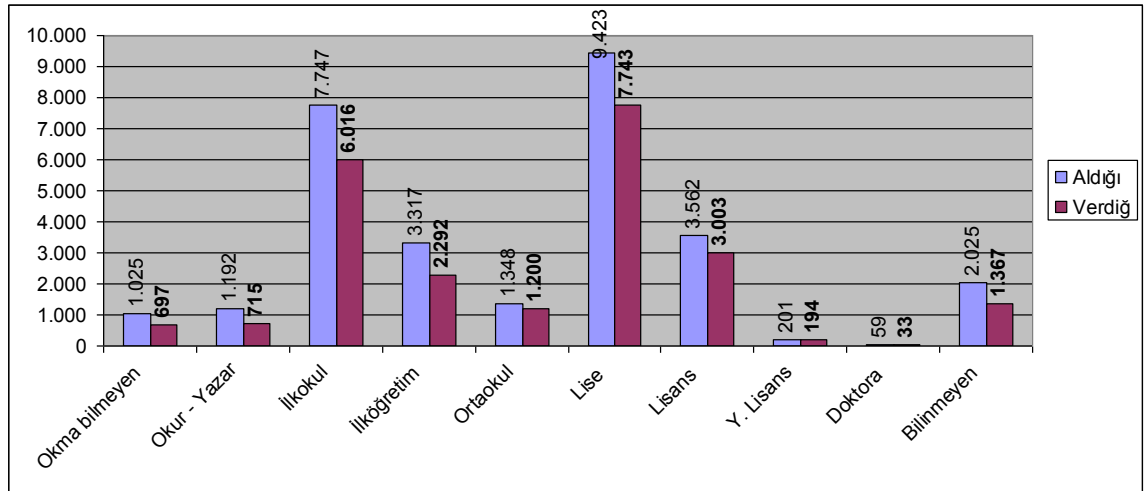
Çizelge 5.7. Göç Yapısı ve Net Göç Hızı

Yıl (2011)	ADNKS 2011 Nüfusu	Aldığı Göç	Verdiği Göç	Net Göç	Net Göç Hızı (%)
Türkiye	74.724.269	2.420.181	2.420.181	0	0
Tekirdağ	852.321	42.265	28.620	13.645	16,58

Kaynak: Anonim 2012a

Grafik 5.6 incelendiğinde Tekirdağ ilinin aldığı göç ve verdiği göçün eğitim durumu gösterilmektedir. Buna göre ile göç ederek gelen nüfusun eğitim durumunun düşük, ilden göç edip ayrılanların eğitim durumlarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu da gelen nüfusun istihdam açısından eğitim sorununu daha da karmaşık hale getirmektedir.

Grafik 5.6. İlin Göç İstatistiklerine Göre Eğitim Durumu



Kaynak: Anonim 2012a

5.3. Tekirdağ İlinin Ekonomik Göstergeleri

Tekirdağ ilinin sosyo ekonomik gelişmişlik sıralamasında üst sıralarda olmasındaki en önemli etken güçlü bir sanayi yapısının varlığıdır. Tarımsal ürünlerin işlendiği küçük işletmelerle başlayan sanayileşme, 1980 sonrasında özellikle İstanbul'a yakın alanlarda yoğunlaşmaya başlamıştır. Trakya Bölgesinde yer alan 1.809 sanayi üretim tesisinin 1.277 adedi Tekirdağ ilinde bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Tekirdağ ili imalat sanayi gelişmişlik sıralamasında Türkiye'deki 5. büyük ildir. Bununla birlikte Uluslar Arası Rekabet

Araştırmaları Kurumu'nun rekabetçilik endeksine göre Tekirdağ'ın en rekabetçi iller arasında 9. sırada olması bölgedeki sanayinin ve üretim gücünün bir göstergesidir. Sanayisi yoğun bir kimliğe sahip olan Tekirdağ'da ticaretin payı oldukça düşüktür. Bununla birlikte ildeki ticaret borsalarının varlığı ticaretin geliştirilmesi ve sanayi ürünlerinin pazarlanması açısından oldukça önemlidir.

Tekirdağ ilinin dikkat çeken üç temel karakteristiği söz konusudur. Bunlardan birincisi, tarıma elverişli arazi oranının oldukça yüksek olması iken, ikincisi tarımsal faaliyetlerin yoğunluğudur. Üçüncü karakteristik ise, Kocaeli-İstanbul-Çorlu-Lüleburgaz hattı üzerinde D-100 Karayolu etrafında konumlanmış olan sanayi bölgelerinin önemli bir kısmının Tekirdağ il sınırları içinde yer almasıdır. Ayrıca, Türkiye'nin Avrupa'ya erişimini sağlayan karayolu ağının ve son dönemde yapımı hız kazanan bazı enerji nakil hatlarının il sınırları içinde yer alması, stratejik önem arz etmektedir. Bu özellik, kültürel ve ticari etkileşimlerin yanı sıra ilin coğrafi konumuna bağlı olarak sınır ötesi işbirlikleri açısından önemli bir potansiyeli barındırmaktadır. Sanayinin Tekirdağ içinde Çorlu ve Çerkezköy'den başlayıp Muratlı'ya kadar uzanan D-100 Karayolu etrafında yoğunlaşması ve belirtilen bölgeler dışındaki yerlerde tarımsal üretimin önemini koruyarak devam etmesi, ildeki ikili bir heterojen sosyo-ekonomik yapının oluşması ile sonuçlanmıştır.

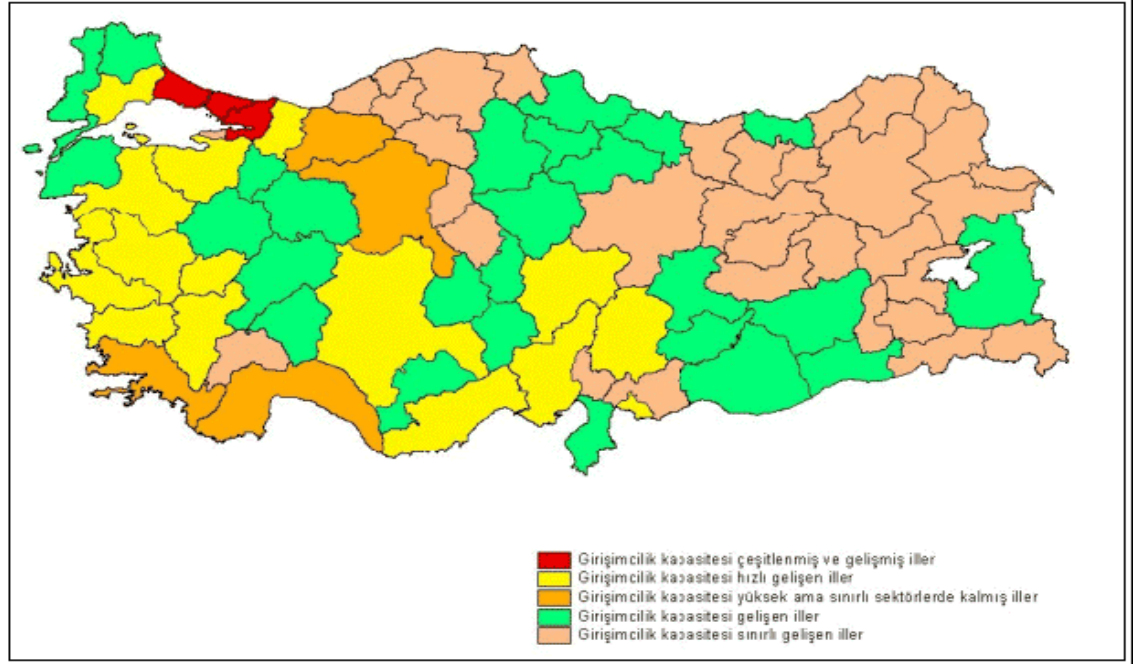
Ekonomik faaliyetlerin bir diğer alanı olan hizmetler sektörü açısından bölge önemli bir potansiyel sunmaktadır. Bölgenin özellikle kültür turizm ve lojistik sektörlerinde gelişime çok açık olduğu görülmektedir. Tekirdağ ili, doğal güzellikleri ile kültür ve turizm sahasında kültür turları, doğa sporları, deniz turizmi, agro-eko turizm ve benzeri aktivitelerin yapılmasına uygun koşullar sunmaktadır. Ayrıca, lojistik merkez olma potansiyeline paralel olarak, Avrupa ve İstanbul'a yakınlık, bölgenin lojistik üs olarak hizmet vermesini sağlayacak önemli avantajlar sunmaktadır.

5.3.1. Girişimcilik durumu

Tekirdağ girişimcilik niteliği yüksek illerden birisidir. Şekil 5.5'de Türkiye illerinin girişimcilik potansiyeli gösterilmektedir. Buna göre İstanbul ve Kocaeli Türkiye'de girişimcilerin en yoğun olduğu bölgedir (kırmızı renkli bölge). Bunu sarı renk ile gösterilen

Türkiye genelinde yer alan ikinci derecede girişimci iller izlemektedir. Bu illerin içinde Tekirdağ ili de yer almaktadır.

Şekil 5.5. Türkiye Girişimcilik Haritası



Kaynak: Anonim 2012a

Bir bölgenin girişimcilik performansını etkileyen temel unsurlar; insan kaynaklarının gelişmişlik düzeyi ve eğitim, girişimcilik kültürü, finansman kaynaklarına erişim, yasal düzenlemeler, altyapı uygunluğu ve teknoloji olarak incelendiğinde; Tekirdağ 2. derece girişimcilik performansına sahip il olarak gözükmemektedir.

5.3.2. Meslek gruplarının dağılımı ve istihdam durumu

Tekirdağ ilinde meslek gruplarına göre işletme ve işletmelerde istihdam edenlerin sayıları Çizelge 5.8'de verilmiştir. Çizelgede verilen bilgiler değerlendirildiğinde; işletme sayısı (9.886 işletme) en fazla "toptan ve perakende ticaret" meslek grubunda bulunurken en fazla istihdam sayısı (66.290 kişi) "imalat" meslek grubunda görülmektedir. "Madencilik ve taşocakçılığı" ve "elektrik, gaz, su" meslek gruplarındaki işletme sayıları ildeki en az değer olarak görülürken, en az istihdam sağlayan sektör "madencilik ve taşocakçılığı" meslek grubu olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 5.8. Meslek Gruplarına Göre İşletme ve İstihdam Dağılımı

Meslek Grupları	İşletme sayısı	İstihdam
C - Madencilik ve taşocakçılığı	46	455
D - İmalat	2 889	66 290
E - Elektrik, Gaz , Su	46	907
F - İnşaat	425	1 599
G - Toptan ve perakende ticaret	9 886	18 650
H - Otel, lokanta ve kahvehane	2 993	5 650
I - Ulaştırma, depolama ve haberleşme	3 436	5 332
J - Mali aracı kuruluşların faaliyetleri	155	1 041
K - Gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri	1 144	2 389
M - Eğitim	89	940
N - Sağlık işleri ve sosyal hizmetler	454	987
O - Diğer sosyal, Toplumsal ve Kişisel hizmet faaliyetleri	978	2 075
TOPLAM	22 541	106 315

Kaynak: Anonim 2010b

Çizelge 5.9’da ise ilde meslek gruplarına göre işletme ve işletmelerde istihdam edenlerin dağılımı ilçeler bazında gösterilmiştir. Buna göre; en fazla işletme ulaştırma, depolama ve haberleşme sektörü ile Merkez ilçede (986 işletme) görülmekte ancak merkez ilçede en yüksek istihdam sayısını 5.388 kişi ile toptan ve perakende ticaret sektörü almaktadır. En fazla istihdam sayısı Çorlu ilçesi 32.106 kişi ile imalat sektöründe görülürken ilçedeki en fazla işletme sayısı 2.954 işletme sayısı ile toptan ve perakende ticaret sektöründe görülmektedir.

Çizelge 5.10 da ise ilçeler bazında toplam işletme ve istihdam değerleri verilmiştir. Toplamda en fazla işletme sayısı (6.276 işletme) ve en fazla istihdam sayısı (44.098 kişi) Çorlu ilçesinde görülmektedir.

Çizelge 5.9. Meslek Gruplarına Göre İşletme ve İstihdam Sayıları

Meslek Grupları	C		D		E		F		G		H	
	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.
İLÇELER												
MERKEZ	8	80	734	3 900	6	331	131	301	2 608	5 388	735	1 532
ÇERKEZKÖY	4	-	356	24 265	7	-	76	308	1 045	2 016	308	709
ÇORLU	6	69	845	32 106	8	140	112	658	2 954	5 813	637	1 491
HAYRABOLU	-	-	158	1 043	4	26	9	10	500	778	260	301
MALKARA	23	161	287	894	5	38	33	64	997	1 646	433	573
M.EREĞLİSİ	1	-	90	1 133	6	201	9	17	253	457	69	144
MURATLI	1	-	152	2 255	2	-	18	125	373	635	146	230
SARAY	3	5	134	264	4	21	9	16	648	954	235	340
ŞARKÖY	-	-	133	430	4	-	28	100	508	963	170	330
Meslek Grupları	I		J		K		M		N		O	
	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.	İşlet.	İstihd.
İLÇELER												
MERKEZ	986	1 453	45	338	342	703	19	341	140	321	270	482
ÇERKEZKÖY	507	796	20	-	135	459	12	102	54	108	118	537
ÇORLU	816	1 303	36	286	392	780	35	380	161	422	274	650
HAYRABOLU	158	211	9	49	36	57	5	17	11	12	61	65
MALKARA	373	629	16	101	71	116	10	79	37	51	87	111
M.EREĞLİSİ	99	222	2	-	24	37	-	-	5	7	21	28
MURATLI	180	292	3	5	38	69	3	-	10	12	42	55
SARAY	208	272	13	82	61	85	4	13	17	22	49	63
ŞARKÖY	109	154	11	43	45	83	1	-	19	32	56	84

Kaynak: Anonim 2010b

Çizelge 5.10. İlçeler Bazında Meslek Gruplarına Göre İşletme ve İstihdam Sayıları

İLÇE	İşletme	İstihdam
MERKEZ	6 024	15 170
ÇERKEZKÖY	2 642	29 667
ÇORLU	6 276	44 098
HAYRABOLU	1 211	2 569
MALKARA	2 372	4 463
M.EREĞLİSİ	579	2 255
MURATLI	968	3 705
SARAY	1 385	2 137
ŞARKÖY	1 084	2 251
Toplam	22 541	106 315

Kaynak: Anonim 2010b

Bölgedeki işgücü arzının sanayinin talebinden daha az olması, diğer bölgelerden göç alınmasına neden olmuştur. Sonuç olarak Çorlu, Çerkezköy gibi sanayi bölgelerinde çeşitli bölgelerden gelen farklı kültürlere sahip bir nüfus oluşmuştur. Gelişen sanayinin yarattığı istihdamın neden olduğu göçler sonucunda, 1995-2000 döneminde Tekirdağ % 96.8'lik bir oran ile Türkiye genelinde en yüksek net göç hızına sahip il olmuştur.

Tekirdağ KOSGEB Bölge Müdürlüğü verilerine göre, kayıtlı işletmelerin tamamına yakını, ülke geneli ile örtüşen bir şekilde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden oluşmaktadır. Bölgede yer alan işletmelerin büyük çoğunluğunun KOBİ niteliğinde olması, KOBİ'lerin sahip olduğu ekonomik ve teknolojik gelişmelere karşı daha esnek ve hızlı cevap verebilme yeteneği dolayısıyla bir rekabet avantajı sunmaktadır. Ancak küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük bölümünün kurumsallaşma süreçlerini tamamlayamamalarından dolayı rekabet edebilirlikleri düşük seviyededir. Bu sebeple KOBİ'lerin Bölgenin rekabet gücünü arttırmaları amacıyla üretim ve yönetim süreçlerini uluslararası standartlara taşımaları ve bu kapsamda, Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları, kalifiye personel istihdamı, kurumsallaşma ve markalaşma konularında öncelikli olarak desteklenmesi gerekmektedir.

Çizelge 5.11. İşletme Sayıları

İşletme Sayısı	KOBİ Sayısı	%
38.436	38.395	99,89

Kaynak: Anonim 2010b

5.3.3. Sanayinin sektörel yapısı

Tekirdağ ili genelinde özellikle tarıma dayalı sanayide yüksek bir yatırım potansiyeli dikkat çekmektedir. Bu potansiyel öncelikli olarak; konfeksiyon, makine sanayi ve elektrik-elektronik sektörleri olmak üzere sıralanabilir. Bu bağlamda sanayi alanında tekstil, gıda ve deri işlemenin, tarım ve tarıma dayalı sanayinin öne çıkan sektörler olduğu söylenebilir. İlin önemli tarım ürünleri olan buğday, ayçiçeği ve süte karşılık un ve unlu ürünler, yağ ve süt ürünleri sanayileri gelişmiştir.

Tekirdağ ilinde sanayileşme 1980’li yıllardan itibaren başlamış ve ivme kazanarak D-100 Karayolu etrafında sanayi bölgeleri oluşmuştur. Bu aksın haricinde kalan bölgede ise tarımsal üretim göreceli olarak önemini kaybetmesine rağmen devam etmektedir. Tekirdağ ilinin yarattığı milli gelir bölgenin diğer illeri olan Edirne ve Kırklareli’ne göre daha fazla olduğu ve göreceli olarak daha hızlı büyüme eğilimine sahip olduğu şekilde görülmektedir. Edirne ve Kırklareli illerinin dışarıya göç vermesi, Tekirdağ ilinin ise dışarıdan göç alması bu istatistikle birlikte anlam kazanmaktadır. Bölgedeki nüfusun büyük bir bölümünün tarımsal üretimde olmasına rağmen tarımdan elde edilen gelirin giderek küçülmesi tarımsal üretimindeki genç nüfusun sanayi bölgelerine doğru kaymasına ve dolayısıyla da emek gücünün tarımdan sanayiye geçmesine neden olmaktadır.

“TOBB Sanayi Veritabanı” kayıtlarına göre Tekirdağ ilinde ağırlıklı olarak tekstil ve gıda sanayi ön plana çıkmaktadır. Türkiye, kurulu kapasite açısından tekstil sektöründe dünyanın sayılı ülkeleri arasında yer almaktadır. Türkiye’deki tekstil işletmelerinin önemli bir bölümü ise Tekirdağ ilinde yer almaktadır. Bölgede tekstil sanayi ağırlıklı olarak; iplik, dokuma ile örme sanayi alt sektörlerine yoğunlaşmış durumdadır.

Bölgede tekstilden sonra hâkim sanayi sektörü konumundaki gıda sektörü içerisinde ağırlıklı payı un sanayi ile süt ürünleri sanayi almaktadır. Bölgede üretilen buğday ve ayçiçeği yine bölgede bulunan un ve yağ fabrikalarında işlenmektedir. Tekirdağ ilinde et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, hazır yemek, un ve unlu mamuller, şarap işleyen tesislerin öne çıktığı söylenebilir.

Devlet Planlama Teşkilatı’nın “İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri” araştırması sonuçları Tekirdağ ölçeğinde incelendiğinde; Tekirdağ ilinde “gıda ürünleri ve içecek imalatı”, “tekstil ürünleri imalatı”, “giyim eşyası imalatı ve kürkün işlenmesi ve boyanması”, “derinin tabaklanması ve işlenmesi”, “makine ve teçhizat imalatı” sektörleri ön plana çıkmaktadır. İldeki bu sektörlerde alt sektör bazında öne çıkan alanlar ise;

Tekstil ürünleri imalatı alt sektöründe;

- Doğal ve sentetik pamuk elyafının hazırlanması ve eğrilmesi,
- Hazır tekstil ürünleri imalatıdır.

Giyim eşyası imalatı, kürkün işlenmesi ve boyanması alt sektörlerinde;

- Giyim eşyaları imalatı,
- İç giyim eşyası imalatı,
- Aksesuar imalatıdır.

Derinin tabaklanması ve işlenmesi alt sektöründe;

- Bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı imalatı,
- Ayakkabı, terlik imalatıdır.

Makine ve teçhizat imalatı alt sektöründe;

- Elektrikli ev aletleri imalatı,
- Tarım ve ormancılık makineleri imalatıdır.

Trakya Bölgesinde mevcut planlı sanayi alanlarının dağılımı incelendiğinde Tekirdağ ili bölge genelindeki toplam sanayi alanının % 74'üne sahiptir. Sanayi alanlarının en yoğun olduğu ilçeler ise Çorlu ve Çerkezköy olarak ön plana çıkmaktadır.

5.3.4. İhracat durumu

Dış Ticaret yapısı incelendiğinde, 2005 yılında 81 il içerisinde 17. sırada yer alan Tekirdağ ihracat il sıralamasında 2010 yılında 20. sırada yer almıştır. Tekirdağ'ın ihracat değeri 2010 yılı ağustos ayı itibariyle 337 ABD dolarıdır. 2005 yılında 369 Milyon ABD doları olan ihracat yıllık bazda değerlendirildiğinde görece olarak artış göstermekle birlikte il sıralaması bazında gerilemiştir. Çizelge 5.12'de Tekirdağ ilinin Türkiye ihracatı içerisindeki yeri gösterilmiştir.

Çizelge 5.12. İlin Türkiye İhracatındaki Yeri

	2010	2009	2008	2007	2006	2005
1	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL
2	BURSA	BURSA	BURSA	BURSA	BURSA	BURSA
3	KOCAELİ	İZMİR	KOCAELİ	İZMİR	İZMİR	İZMİR
4	İZMİR	ANKARA	İZMİR	KOCAELİ	KOCAELİ	KOCAELİ
5	ANKARA	KOCAELİ	ANKARA	ANKARA	ANKARA	SAKARYA
6	GAZİANTEP	GAZİANTEP	GAZİANTEP	SAKARYA	SAKARYA	ANKARA
7	MANİSA	SAKARYA	SAKARYA	GAZİANTEP	GAZİANTEP	GAZİANTEP
8	DENİZLİ	DENİZLİ	DENİZLİ	DENİZLİ	DENİZLİ	DENİZLİ
9	SAKARYA	HATAY	HATAY	HATAY	ADANA	TRABZON
16	ADANA				TEKİRDAĞ	HATAY
17				TEKİRDAĞ		TEKİRDAĞ
18			TEKİRDAĞ			
20	TEKİRDAĞ	TEKİRDAĞ				

Kaynak: Anonim 2012a

5.3.5. İthalat durumu

2005 yılında 81 il içerisinde 17. sırada yer alan Tekirdağ ithalat il sıralamasında 2010 yılında 19. sırada yer almıştır. Tekirdağ'ın ithalat değeri 2010 yılı ağustos ayı itibariyle 378 milyon ABD dolarıdır. 2005 yılında 380 Milyon ABD doları olan ithalat yıllık bazda değerlendirildiğinde son beş 5 yılda görece olarak artış göstermiştir. Çizelge 5.13'de Tekirdağ ilinin Türkiye ithalatı içerisindeki yeri gösterilmiştir.

Çizelge 5.13. İlin Türkiye İthalatındaki Yeri

	2010	2009	2008	2007	2006	2005
1	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL	İSTANBUL
2	KOCAELİ	ANKARA	KOCAELİ	KOCAELİ	KOCAELİ	KOCAELİ
3	ANKARA	KOCAELİ	ANKARA	ANKARA	ANKARA	ANKARA
4	BURSA	BURSA	BURSA	BURSA	BURSA	BURSA
5	İZMİR	İZMİR	İZMİR	İZMİR	İZMİR	İZMİR
6	GAZİANTEP	HATAY	HATAY	HATAY	SAKARYA	GAZİANTEP
7	HATAY	GAZİANTEP	GAZİANTEP	GAZİANTEP	GAZİANTEP	SAKARYA
8	MANİSA	ADANA	ZONGULDAK	SAKARYA	HATAY	ZONGULDAK
9	ADANA	ZONGULDAK	ADANA	ADANA	ZONGULDAK	ADANA
17					TEKİRDAĞ	TEKİRDAĞ
18		TEKİRDAĞ	TEKİRDAĞ	TEKİRDAĞ		
19	TEKİRDAĞ					

Kaynak: Anonim 2012a

2009 yılı verilerine göre Trakya Bölgesi ihracatının % 74,9'u ve ithalatının % 76,5'i, bölgede dış ticaret hacmi en gelişmiş il olan Tekirdağ tarafından gerçekleştirilmiştir. Çizelgelerde Tekirdağ ilinin sektörel bazda ihracat ve ithalat bilgileri yer almaktadır. Çizelgeler incelendiğinde toplam ihracatın altı yıllık ortalamada % 98'i, toplam ithalatın ise yine altı yıllık ortalamada % 96'sı imalat sanayi tarafından gerçekleştirilmiştir.

Tekirdağ ilinde Çorlu, Çerkezköy ve Marmara Ereğlisi gibi sanayi bölgelerinin bulunmasına rağmen dış ticaret rakamlarının düşük gözükmesinde söz konusu verilerin firma vergi kimlik numaralarının bağlı olduğu ile göre hesaplanmış olmasının etkisi vardır.

5.3.6. Organize sanayi bölgeleri ve serbest bölgeler

Çerkezköy OSB: 420 Hektar büyüklüğündeki Çerkezköy I Organize Sanayi Bölgesi 1987 yılında tamamlanmıştır. Bölgede 143 adet sanayi parseli bulunmakta olup tamamının tahsisi yapılmıştır. Bu parsellerde 102 adet sanayi tesisi üretime geçmiş. 920 Hektar büyüklüğündeki Çerkezköy II Organize Sanayi Bölgesi'nde ise 286 adet sanayi parseli bulunmakta olup tamamının tahsisi yapılmıştır. Bölgede 82 tesis üretime geçmiş, 15 tesisin inşaatı devam etmekte olup, 2 tesis ise proje aşamasındadır.

Çorlu Deri OSB: Çorlu Deri Organize Sanayi Bölgesi, 130 ha üzerine kuruludur. 196 sanayi parseli mevcut olup 118 adet tesis üretimdedir. Ülkemizin toplam deri üretiminin % 37'sini gerçekleştirmektedir. Bölgenin kuzey kısmında 3000 m³/gün, güney kısmında ise 4500 m³/gün kapasiteli 2 adet arıtma tesisi mevcuttur.

Hayrabolu OSB: Hayrabolu Organize Sanayi Bölgesinde, sanayi parsel sayısı 105 adet olup altyapı çalışmalarının % 100'ü tamamlanmıştır. Mevcut parsellerin 6 adedinin satışı gerçekleşmiş, 2 adet fabrika inşaatı başlamıştır.

Malkara OSB: Malkara Organize Sanayi Bölgesinde 69 sanayi parseli bulunmaktadır. Altyapı çalışmalarının % 100'ü tamamlanmıştır.

Avrupa Serbest Bölgesi: Tekirdağ'ın Çorlu ilçesinde 1999 yılında kurulan ve toplam 214 ha büyüklüğe sahip olan Avrupa Serbest Bölgesi (ASB); stratejik konumu itibariyle Türk ihracatçısının özellikle Avrupa ile olan ticari ilişkilerinde merkezi bir rol üstlenmiş durumdadır. Bu durumu ASB'nin 2008 yılında yakaladığı 2 milyar dolarlık ticaret hacmini de doğrular niteliktedir. Bölge sahip olduğu stratejik konum yanında güçlü altyapı olanakları ile yatırımcılar için bir cazibe merkezi konumundadır. Avrupa Serbest Bölgesi Türkiye'nin en

büyük özel serbest bölgesi olan Edirne Kapıkule Gümrük Müdürlüğüne 115 km, İstanbul merkeze 125, Çorlu Havalimanı'na 15km, Tekirdağ Limanı'na 47 km, Veli Meşe Tren İstasyonu'na 6 km mesafede bulunmaktadır.

Tekirdağ ilinin göç almasının en büyük nedenlerinden biri olarak görülen sanayileşme, göç alanlar içinde eğitim seviyesi düşük olanların payının daha fazla olmasının nedenlerinden biridir. İlin aldığı dış göçün temel nedeni istihdam imkânlarının çeşitliliğidir. Tekirdağ'ın sosyal uyum yapısına ilişkin olarak ilin sanayi bölgeleri özellikle; Çorlu, Çerkezköy ve Muratlı ilçeleri sanayinin gelişmesine paralel olarak önemli miktarda göç almıştır. Göçle gelen nüfus çoğunlukla kent kültürüne ayak uydurmakta sıkıntılar çekmekte, geldikleri bölgenin kültürü ile yeni yerleştikleri bölgenin kültürü arasında kalmaktadır.

6. ARAŞTIRMA BULGULARI

6.1. Demografik Özellikler

Demografi, dünya genelinde bir ülkenin veya herhangi bir bölgenin nüfus yapısını, dinamik özelliklerini yani mevcut durumunu inceler. Girişimci kadınların demografik özellikleri hem iş kurma hem de işi devam ettirme süreçlerinde mevcut durumun değerlendirilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle kadınların demografik özelliklerinin belirlenmesi girişimcilik süreçlerini ve karşılaştıkları sorunları anlama noktasında fayda sağlayacaktır. Bu bağlamda bu bölümde; kadınların yaş dağılımı, doğum yerleri, medeni durumları, çocuk sayıları, eğitim düzeyleri, mesleki eğitim durumları incelenmiştir.

6.1.1. Yaş

Girişimsel etkinliği belirleyen faktörlerden biri de girişimcilerin yaş seviyesidir. Girişim fikrinin oluşması ve hayat geçirilmesi süreci insanların hayatlarında boyunca dönemsel değişimler göstermektedir. Kadınların hayatlarının sonuna kadar devam eden bu süreç çeşitli yaş seviyelerinde girişimciliği destekleyecek şekilde değişimler göstermektedir. Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yaş dağılımı incelenmiş ve Çizelge 6.1 oluşturulmuştur.

Çizelge 6.1. Yaş Dağılımı

Yaş	n	%
< 30	22	19,9
31 - 40	37	33,3
41 - 50	37	33,3
51 - 60	11	9,9
61 >	4	3,6
Toplam	111	100,0

Çizelgede görüldüğü üzere çoğunluğu 31-50 yaş aralığındadır. Araştırma alanında toplamda % 66,6'lık oran (% 33,3 + % 33,3) ile araştırmaya konu olan kadınların yaş dağılımları literatürlerde yer alan bilimsel araştırmalardaki yaş dağılımları ile benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda girişimsel kariyerin çoğunlukla 22-45 yaş aralığında ortaya çıktığı ve genel olarak erkek girişimciler 30'lu yaşların başında, kadın girişimciler ise 30'lu yaşların ortalarında kendi işlerini kurmakta oldukları belirtilmektedir (Hisrich ve Peters 2002). Ayrıca Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme Programı kapsamında 2003 yılında yapılan bir araştırmada (Minniti ve Arenius 2003) ise erkek ve kadınların her ikisi için girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-34 yaş aralığı olduğu, bunu 35-44 ve 19-24 yaş aralıklarının izlediği belirlenmiştir.

Yetim'in (2008) Mersin'de kadın girişimciler üzerine yapmış olduğu araştırmaya göre; kadın girişimcilerin girişimci olabilecekleri potansiyelin 35-45 yaş aralığı olduğu ve bu yaş aralığının erkek girişimcilerde daha erken başlayıp 25-35 yaşlar arasında değiştiği bildirilmektedir. Minniti ve Arenius (2003); 55 yaş ve üzeri yaşlardaki kadınların girişimcilik düzeylerinin en düşük olduğu belirlenmiştir. İyicil'in (2006) Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'deki Kadın Girişimciliğinin İrdelenmesi ve Bir Araştırma isimli çalışmasında 41 yaş ve üzeri kadınların % 51,6 oranında olduğunu saptamıştır. Bu araştırmada 20-30 yaş arasındaki kadınların en az girişimci olma niyetinde oldukları tespit edilmiştir. Ecevit'in (1993) Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi adlı çalışmasında; kadınların girişimci olabilme potansiyeline ancak 30-45 yaş aralığında sahip olabildikleri belirtilmektedir. Demircioğlu (2010) çalışmasına göre; kadınlar genellikle ücretli bir işte çalıştıktan, emekli olduktan veya çocuklarını büyüttükten sonra kendi işlerini kurdukları için kadınlarda girişimcilik yaşının 35 yaş düzeyinde olduğunu; Yağcı ve Bener (2005); girişimci kadınlarda 35-39 yaşları arasında yer alan girişimci oranının en yüksek olduğunu; Harper (1992) girişimci kadınların % 28,8'i 34 yaş ve daha küçük yaş grubunda, % 9,6'sı 40-44 yaş aralığında, % 8,7'si ise 45 yaş ve daha yukarı yaş grubunda yer aldıklarını böylece kadınların birey, ev kadını ve annelik rollerini başarıyla oynayabilmeleri için özellikle 35 yaşından sonra yani çocuklarının yetişmesinin ardından kendi işlerini kurmaya yöneldiklerini; Çelebi (1997); 35-39 yaş aralığında yer alan kadın girişimci oranının yüksek olduğunu; Sayın (2011) kadın girişimcilerin % 52,9'u 31-40 yaşlar arasında, % 20,6'sı 41-50 yaşlar arasında, % 14,7'si 21-30 yaşlar arasında ve % 11,8'i ise 51 yaş ve üzeri yaş grubunda

yer aldığını, Goldman ise (1994) kadın girişimcilerin neredeyse tamamına yakınının % 98 gibi çok yüksek bir oran ile 45-50 yaşları arasında yer aldığını saptamışlardır.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler ile ilgili elde edilen bulgulara göre; kadınların %66,6'sının 31-50 yaş aralığında olması konu ile ilgili incelenen diğer çalışmalar (Ecevit 1996, Çelebi 1997, Yetim 2008) ile benzerlik gösterdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Kadın girişimcilerin birey, ev kadını ve annelik görevlerinin yanında girişimcilik faaliyetlerini başarıyla yerine getirebilmeleri için 30'lu yaşlar ve sonrasında kendi işlerini kurdukları görülmektedir. Bu bağlamda kadınlarda girişimcilik yaşının 20'li yaşlara düşürülmesi, özellikle temel eğitim sırasında girişimci fikirlerin zihinsel olarak oluşumunun sağlanması kadınların iş hayatına atılmadan önce girişimciliği bir çalışma alanı görmeleri açısından önem arz etmektedir.

6.1.2. Doğum yeri

Kadın girişimcilerin doğum yerleri sosyal ve kültürel etkenler göz önüne alınarak değerlendirildiğinde; şehir merkezlerindeki yaşam standartlarının, değer yargılarının, eğitim olanaklarının ve sosyal fırsat eşitliğinin ilçe ve köylere oranla farklı olması sonucuna ulaşılmaktadır. Şehir merkezlerinde kadınlar çalışma yaşamına kendilerinin daha yakın hissetmekte ve bazen de şehir merkezlerindeki hayat şartları kadınları kendi işlerinin kurmaya itebilmektedir. Kendi işini kurmak isteyen kadınlar, şehir merkezlerinde bu hedeflerine maddi ve manevi etkenler açısından daha kolay ulaşabilmektedirler (Şekerler 2006). Bu nedenle anket uygulanan Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin doğum yerleri sorulmuş Çizelge 6.2 oluşturulmuştur.

Çizelge 6.2. Doğum Yeri

Doğum Yeri	n	%
İl	35	31,5
İlçe	60	54,1
Köy	16	14,4
Toplam	111	100,0

Çizelgede görüldüğü gibi Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yarısından fazlası (% 54,1) ilçe doğumlu iken, bu oranı % 31,5 ile il merkezi ve % 14,4 ile köy doğumlular izlemektedir. Bu durum deneklerin 3/4'ünden fazlasının il ve ilçe doğumlu olduğunu, köy doğumluların oldukça az olduğunu göstermektedir.

Kadın girişimcilerin doğum yerleri üzerine yapılan diğer çalışmalarda; Demircioğlu (2010) kadın girişimcilerin % 79'unun il, % 21'inin ilçe/köy doğumlu olduklarını saptamıştır. Aykan (2004) girişimci kadınların % 86,3'inin il doğumlu, Şekerler ise (2006) Kütahya'daki kadın girişimcilerin % 63,6'sının il, % 28,1'inin ilçe ve % 8,3'ünün de köy doğumlu olduklarını, Yetim ise (2008) Mersin'deki kadın girişimcilerin % 58,9 ile yarısından fazlasının il doğumlu olduğunu saptamışlardır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin doğum yerleri ile ilgili elde edilen bulgular konu ile ilgili yapılan diğer araştırmalarda tespit edilen bulgulardan farklılık göstermektedir. Eskişehir, Kütahya ve Mersin'deki kadın girişimcilerin yarısından fazlasının il merkezi doğumlu olmasına karşın Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yarısından fazlası ilçe merkezi doğumludur. Bu değerlerin gelişmişlik düzeyi yüksek iller arasında üst sıralarda yer almasından dolayı yüksek çıktığı ifade edilebilir. Tekirdağ'ın Çorlu ve Çerkezköy ilçelerinde sanayi; Malkara ve Hayrabolu ilçelerinde tarım; Şarköy ve Marmara Ereğlisi ilçelerinde ise turizm faaliyetlerinin yoğunluğu ilin gelişmişlik düzeyini artıran unsurlardır.

6.1.3. Bölgelere göre doğum yeri

Amerikan Ulusal Coğrafya Eğitimi Kurulu (National Council of Geography Education) 1994 yılında hazırladığı coğrafya eğitimi standartlarında coğrafya eğitiminde beş temel bileşen olduğunu ve coğrafya derslerinin bu bileşenler çerçevesinde sürdürülmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Bu beş bileşen; konum (location), yer (place), insan-çevre etkileşimi (Human-Environment interaction), hareket (movement) ve bölgedir (region). Genel tanımıyla ekonomik coğrafya ise; ekonomik faaliyetlerin doğal çevre ile ilişkisini inceler. Coğrafi koşulların yanı sıra toplumların kültürel ve tarihi birikimlerinin, örgütleniş şekillerinin ve hukuksal yapılarının da toplumsal gelişme üzerinde etkili faktörlerden olduğunu vurgulamaktadırlar. Kültürel ve tarihi birikimler, toplumsal ve hukuksal yapılar da beraberinde "bölge" kavramının geliştirilip irdelenmesini gündeme getirmiştir (Koç ve Aksoy 2012).

Ülkemizde yeryüzü şekilleri, iklim, bitki örtüsü, nüfus ve ekonomik özellikleri her yerde aynı değildir. Bu özellikler göz önünde bulundurularak benzerlik görülen yerler coğrafi bölgeleri oluşturmuştur. Coğrafyacılar 1941 yılında yapılan Birinci Türk Coğrafya Kongresinde ülkemizi yedi ana bölgeye ayırmıştır. Coğrafi Bölgelerimiz; Karadeniz Bölgesi, Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesidir (Anonim 2013g). Tekirdağ ili Marmara Bölgesinin Avrupa topraklarında yer alan Trakya Alt Bölgesinde yer aldığı için Marmara Bölgesi araştırmamızda Trakya Alt Bölgesi ve Güney Marmara Alt Bölgesi olarak iki alt bölge adı altında değerlendirilmiştir.

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin doğum yerlerinin bölgelere göre dağılımı incelenmiş ve Çizelge 6.3 oluşturulmuştur. Anket uygulanan kadınların % 40,5'i Trakya Bölgesi doğumlu olduğu görülmektedir. Hiç göç etmemiş olan bu aileler araştırmaya kapsamına giren kadın girişimcilerin büyük oranda Tekirdağ kökenli olduğu konusunda fikir vermektedir. Trakya Bölgesi doğumlu ailelere sahip kadın girişimciler birinci sırayı alırken ikinci sırayı doğum yeri Güney Marmara Bölgesi olan % 18,0 oran ile 20 kadın almaktadır. Sonrasında; % 15,3'ü Karadeniz Bölgesi doğumlu 17 kadın, % 14,4'ü İç Anadolu Bölgesi doğumlu 16 kadın, % 6,3'ü Doğu Anadolu Bölgesi doğumlu 7 kadın, % 3,6'sı Akdeniz Bölgesi doğumlu 4 kadın ve % 1,8'i Ege Bölgesi doğumlu 2 kadın girişimci sıralanabilir. İlin büyük metropol şehir olan İstanbul'a yakınlığı ve Çorlu, Çerkezköy ilçelerindeki gelişmiş sanayi sektörlerinin bölgede yaşayan insanlara çeşitli istihdam olanakları sağlaması diğer bölgelerden Tekirdağ İline göç nedenlerinin başlıca sebebi olduğu düşünülmektedir.

Çizelge 6.3. Kadınların Geldikleri Bölgelerin Dağılımı

Doğum Yeri	n	%
Trakya	45	40,5
G. Marmara	20	18,0
Karadeniz	17	15,3
İç Anadolu	16	14,4
Akdeniz	4	3,6
Ege	2	1,8
Doğu Anadolu	7	6,3
G.Doğu Anadolu	-	-
Toplam	111	100,0

Yetim'in (2008) Mersin'de yaptığı araştırmada kadın girişimcilerin yaklaşık % 52'si Mersin doğumlu iken, % 48'i farklı illerden Mersin'e göç eden kadınlar oldukları saptanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yarıya yakını (% 40,5) Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerini kapsayan de Trakya Alt Bölgesi doğumludur. Güney Marmara Alt Bölgesi doğumlu kadın girişimciler % 18, Karadeniz Bölgesi doğumlu kadın girişimciler ise %15,3 oranındadır. Trakya Alt bölgesi altında yer alan Edirne ve Kırklareli illeri de hesaba katılacak olur ise elde edilen veriler Tekirdağ ilindeki kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun hayatlarının belirli dönemlerinde göç ederek Tekirdağ'a geldiklerini göstermektedir. Tekirdağ Trakya Bölgesinde sanayi ve ticaretin diğer Trakya illerine göre daha fazla geliştiği il olmasının yanında, İstanbul metropolüne yakın olmasından dolayı da bölgede girişimci fikirlerin hayata geçirilmesi noktasında tercih edilen ve göç alan il konumundadır.

6.1.4. Yaşadıkları yerler

Tekirdağ'daki girişimci kadınların girişimciliğe başlamadan önce hayatlarının büyük bölümünü hangi tür yerleşim yeri sınırları içinde geçirdiklerini yani kişileri girişimci olmaya yönlendiren koşullar altında bulunup bulunmadıklarını tespit etmek amacı ile Çizelge 6.4 oluşturulmuştur. Bu bağlamda araştırmaya katılan girişimci kadınların % 50,4'ü hayatlarının büyük bir bölümünün şehir yaşantısı içinde, % 45,9'u ilçe yaşantısı içinde ve % 3,6'sı ise köy yaşantısı içinde geçtiği tespit edilmiştir.

Çizelge 6.4. Hayatı Nerede Geçti

Hayatı Nerede Geçti	n	%
İl	56	50,4
İlçe	51	45,9
Köy	4	3,6
Toplam	111	100,0

Tekirdağ İlindeki kadın girişimcilerin hayatının büyük bölümü % 50,4 oranında şehirde, % 45,9 oranında ise ilçe merkezinde geçtiği tespit edilmiştir.

6.1.5. Hissettikleri köken

Geçmişten günümüze tarımda modernleşme görülmesiyle tarım alanında istihdam olanakları azalmış, tarım dışı sektörlerde iş olanakları artmaya başlamıştır. Köyden kente göçler sayesinde tarımdaki birikim tarım dışı alanlara kaymaya başlamıştır. Bu dönemde erkeklerin olduğu kadar kadınların da toplumsal konumlarını belirleyen en önemli iki öğe eğitim ve göç olmuştur. Eğitim görmüş kadınlar eğitimsizlere, kentli kadınlar ise köylü kadınlara göre daha iyi konumda olmuşlardır. Ancak köydeyken tarım alanında üretime katılan kadınlar kente göç ettikten sonra tarım dışı alanlarda yeterince istihdam olanağı bulunmaması ve nüfus artışına bağlı olarak erkek emeğinde yaşanan artış nedeniyle üretim dışına itilmişlerdir. Zamanla bu durum bir statü göstergesi olmuş ev kadını olmak tercih edilir hale gelmiştir. Köyde yaşayan genç kızlar kentli ev kadını olma hayali kurarken kentli çalışan kadınlar çalışmaktan vazgeçme eğilime girmişlerdir (Özbay 1993).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kökenlerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Kadınların hissettikleri köken yapılarına göre iş fikri üretebilme ve iş fikirlerini hayata geçirip girişimcilik faaliyetlerinde bulunma durumları değerlendirilecektir. Bu bağlamda kadınların köken özelliklerini tespit etmek amacı ile Çizelge 6.5 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin % 61,3'ü kendilerini şehir kökeni ile yetişmiş hissederken, % 30,6'sı şehir ve köy kökeni arasında kararsız kalmakta, kendilerini ne şehir yaşantısı ne de köy yaşantısı ile tam olarak bağdaştırabilmekte, % 8,1'i ise kendilerini köy kültürü ve kırsal geleneklere bağlı hissetmektedirler.

Çizelge 6.5. Hissedilen Köken

Hissedilen Köken	n	%
Karışık	34	30,6
Şehir	68	61,3
Köy	9	8,1
Toplam	111	100,0

Kadın girişimciliğinde kadınların kökenleri hakkında yapılan diğer bir çalışma değerlendirildiğinde tespit edilen bulgular aşağıdaki gibidir:

Ersoy (2010) kadın girişimcilerin % 56,1'inin köy kökenli, % 43,9'unun da şehir kökenli olduklarını tespit etmiştir. Araştırmadaki kadınların köy koşullarından gelenlerin % 46,3'ü işletme konusunda daha yenilikçi, yaratıcı ve teknolojik alanları tercih ettiğini ifade ederken, şehir koşullarında yaşayanlarda bu oran % 72,8'dir. Köyden gelenlerin % 51,3'ü işletme kurma aşamasında çevrenin etkisini dikkate alırken, şehir merkezi kökenlilerde bu oran % 31,8'dir. Köy kökenlilerin % 68,7'si işletme kurmada dini inançlarının etkisi olacağını düşünürken şehir kökenlilerde bu oran % 36,4'tür.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 61,3'ü kendilerini şehir koşulları ile yetişmiş hissederken bu oran kendilerinin hem şehir hem köy koşulları ile yetişmiş olarak hisseden ve karışık köken özellikleri taşıyorum diyen kadınların oranı % 30,6 olarak bulgulanmıştır. Ersoy (2010) araştırmasından farklı olarak kendilerini köy kökenli hisseden Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin oranı % 8,1 olarak tespit edilmiştir. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yarısından fazlası (% 61,3) kendilerini şehir kökenli hissetmektedir. Bu veriler ışığında kadınların büyük çoğunluğunun şehir yaşantısının avantajları olan eğitim ve teknolojik yenilikler hakkında bilgi birikimine sahibi oldukları ve girişimcilik faaliyetlerini başlatacak ve sürdürecektir özellikler taşıdıkları bulgulanmıştır.

6.1.6. Medeni hal

Evli kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları konusunda hukuken bir engel görülmesi de ülkemizde kadının çalışması hususunda geleneksel kabullerin ortadan kaldırılması hususunda sorunlar yaşamaktadır. Örneğin Gürol'a (2000) göre; ataerkil toplumların tümünde geçerli olan geleneksel ideolojinin cinsiyetçi iş bölümü, kadını öncelikle

ev işlerinden ve çocuk bakımından sorumlu kılmaktadır. Bu durum kadınların toplumsal üretimden uzaklaşmasına ve kendilerine öğretilip benimsetilen toplumsal cinsiyet kalıplarına göre beceriler edinmesine neden olmaktadır. Günümüzde girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaya karar vermiş kadınlar öncelikli olarak kendi cinsiyet rollerine uygun işleri tercih etmektedirler. Bundan dolayı kadınlar hizmetler, sağlık, eğitim, tekstil, gıda gibi sektörlerde çalışmakta veya bu alanlarda iş yeri açmaktadırlar (Yılmaz ve ark. 2009).

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin medeni durumlarının girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarında sorun teşkil etme düzeyini değerlendirmek amacı ile araştırmaya katılan kadınların medeni durumları incelenmiştir.

Çizelge 6.6. Kadınların Medeni Hali

Medeni Hal	n	%
Bekâr	21	18,9
Evli	79	71,2
Boşanmış	8	7,2
Dul	3	2,7
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin medeni durumlarının değerlendirilmesi sonucu Çizelge 6.6 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre kadınların % 71,2'sinin evli, % 18,9'unun bekâr, % 7,2'sinin boşanmış ve % 2,7'sinin dul olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerde medeni durum konuda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde; Sayın (2011) kadın girişimcilerin % 91,2'sinin evli ve % 8,8'inin boşanmış ya da eşlerinin ölmüş olduğunu saptamıştır. Örucü ve arkadaşlarının (2007) Balıkesir İlinde yaptıkları araştırmaya katılan deneklerin % 63'ünün evli oldukları tespit edilmiştir. Aykan ise (2004) Kayseri'deki girişimcilerin % 86,3'ünün evli olduklarını tespit etmiştir. Çelik ve Özdevecioğlu (2001) Nevşehir İlindeki kadın girişimcilerin % 50'sinin evli, % 45'inin bekâr ve % 5'inin ise boşanmış ya da dul olduğunu belirlenmiştir. Yağcı ve Bener (2005) kadın girişimcilerin % 83,7'sinin evli ve % 16,3'ünün bekar olduğunu, Demircioğlu (2010) Eskişehir'deki kadın girişimcilerin % 76'sının evli, % 14'ünün bekar, % 6'sının

boşanmış ve % 3'ünün ise dul olduğunu saptamıştır. İyicil (2006) denekler arasında girişimci olan veya girişimci olma niyetinde bulunan kadınların büyük bir çoğunluğunun % 80,8'inin evli olduğunu gözlemlemiştir.

Kadın girişimciler üzerine yapılan diğer araştırmalardaki bulgular değerlendirildiğinde; Balıkesir (Örücü ve ark. 2007), Kayseri (Aykan 2004), Nevşehir (Çelik ve Özdevecioğlu 2001) ve Eskişehir'deki (Demircioğlu 2010) kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun evli olmaları Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin büyük oranda evli olduklarını destekler nitelikte araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin büyük bölümünün evli olmaları kadınların girişimcilik faaliyetlerini yürütürken evliliği bir engel olarak görmediklerinin bir göstergesidir.

6.1.7. Çocuk sayısı

Ülkemizde kendi hesabına çalışan kadınların bir çoğunun evli ve çocuklu olmaları ülkedeki işgücüne katılmak isteyen evli ve çocuklu kadınlar için bu tür çalışma biçiminin yaygınlaştırılabileceğinin ipuçlarını vermektedir. Bedük'e (2005) göre; kendi işinin sahibi olan kadınların çocuk sahibi olduklarında işlerine ara verme süresinin diğer alanlara göre daha kısa olması kadınların ne pahasına olursa olsun bu alanda kalmakta direndiklerinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin çocuk sayılarının kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarında engel teşkil etme durumunu değerlendirilmiş ve Çizelge 6.7 oluşturulmuştur. Çizelgede görüldüğü üzere araştırma alanındaki girişimci kadınların %23'ünün 1 çocuğu, %38'inin 2 çocuğu ve %12'sinin 3 çocuğu vardır. Kadınların % 27'sinin çocuğu yoktur. Araştırmada 4 ve üzeri çocuğa sahip olan kadın girişimciye rastlanmamıştır.

Çizelge 6.7. Çocuk Sayısı

Çocuk Sayısı	n	%
Yok	30	27
1	26	23
2	42	38
3	13	12
4	-	-
Toplam	111	100,0

Bu konuda yapılan diğer çalışmalarda çocuk sahibi olan kadın girişimciler ile ilgili aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Yetim'in (2008) Mersin'deki araştırması kapsamında yer alan kadın girişimcilerin % 33,9'unun 2 çocuklu, % 35,7'sinin ise 3 çocuklu olduklarını; Sayın (2011) kadın girişimcilerin % 91,2'sinin çocuk sahibi olduğunu ve bunlardan % 50'sinin 2 çocuk, % 26,5'inin ise 1 çocuk sahibi olduklarını; Yağcı ve Bener (2005) girişimci kadınlar arasında 2 çocuğa sahip olanların % 81 olduğunu; Hisrich ve Grachev (1993) girişimci kadınların 2 çocuk sahibi olduklarını saptamışlardır.

Türkiye'de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümler adlı araştırmaya göre; 1 çocuk sahibi kadınların % 59,7'si, 2 çocuk sahibi kadınların % 68,4'ü, 3 çocuk sahibi kadınların % 87,7'si, 4 çocuk sahibi kadınların % 96,4'ü, 5 ve üzeri çocuk sahibi olan kadınların tümü çalışma hayatından uzak kalmaktadır (Anonim 2009).

Bu bulgulara göre Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin çocuk sayıları tespit edilen diğer araştırmalardaki çocuk sayılarını destekler nitelikte benzerlik göstermektedir. Hisrich ve Grachev (1993), Yağcı ve Bener (2005) ve Sayın'ın (2011) araştırmalarında olduğu gibi evli kadın girişimciler genellikle 2 çocuk sahibidir. Kadın girişimcilerin 3 ve daha fazla çocuk sahibi olmaları durumunda girişimcilik faaliyetlerine katılım oranlarının düştüğü saptanmıştır.

6.1.8. Yabancı dil

Günümüzde son yıllarda İngilizce, Almanca, Fransızca, İtalyanca gibi yabancı dillerin yanında Rusça, Arapça, Çince, Japonca gibi dilleri bilen nitelikli iş piyasası gelişme göstermektedir. Çünkü sektörel gelişmeler yeni yatırımlar, dışa dönük işlerin kurulmasından ve geliştirilmesinden dolayı bu tür yabancı dillerin öğrenilmesi ihtiyaç haline gelmiştir. Türkiye’de gündemi yakından takip etmek ve özellikle iş hayatında yeni teknolojilerden haberdar olup yeni pazarlara ulaşmak için yabancı dil bilmek gerekmektedir. Özellikle dışa açılan, dış ticaret yapan girişimciler için yabancı dil bilmek şart olmuştur. Hatta birkaç yabancı dil bilmek önemli hale gelmiş durumdadır. İngilizce başta olmak üzere bir kaç yabancı dil bilgisine sahip olan girişimcilerin iş hayatlarında yabancı dil bilmeyen girişimcilere göre daha başarılı oldukları bilinmektedir.

Bu bağlamda Tekirdağ’daki kadın girişimcilerin yabancı dil bilme durumlarını tespit etmek için Çizelge 6.8 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde kadın girişimcilerin “yabancı dil biliyor musunuz” sorusuna verdikleri cevaplara göre kadınların % 33,3’ü herhangi bir yabancı dil bilmediklerini, % 66,7’si ise en az bir yabancı dil bildiklerini ifade etmişlerdir.

Çizelge 6.8. Yabancı Dil

Yabancı Dil	n	%
Bilmiyorum	37	33,3
Biliyorum	74	66,7
Toplam	111	100,0

Kadın girişimciliği konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde yabancı dilin girişimciliğe etkisi ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Çakıcı (2006) Mersin’deki 200 kadın girişimciden % 7’sinin yabancı dil eğitimine ihtiyaç duyduklarını ifade etmiştir. Şahin (2006) Konya’daki kadın girişimcilerin % 81,8’inin yabancı dil bildiğini, % 18,2’sinin ise herhangi bir yabancı dil bilmediklerini bulgulamıştır. Karateke (2006) girişimci kadınların tamamına yakınının (% 92) en az bir yabancı dil bildiğini araştırması kapsamında yabancı dil bilmeyen kadın girişimci olmadığını saptamıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 66,7 oranında en az bir yabancı dil bilmeleri, Konya'daki kadın girişimcilerin % 81,8 oranında yabancı dil bilme durumları ile benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda Tekirdağ'da yabancı dil bilen kadın girişimcilerin sayısı arttıkça kadınların sektörel bakış açıları genişleyecek, işleri ile ilgili bilgi kanalları çeşitlenecek ve ürün veya hizmetlerini pazarladıkları platformlarda etkinlikleri artış gösterecektir.

6.1.9. Eğitim

Dünyada ve Türkiye'de kamu ve özel sektörde istihdam olanaklarının sınırlılığı, eğitim ve bilinç düzeyi yüksek kadın sayısının artması, ekonomik şartların zorlaması gibi nedenlerle giderek artan sayıda kadın iş hayatına atılarak bağımsız veya ortak olarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunup iş yeri açmaktadır (Çakıcı 2006). Bu bağlamda, toplumların gelişmişlik düzeyi göstergeleri arasında kadın nüfusunun eğitim düzeyinin yüksekliği, ücretli çalışanların istihdam payında görülen görece artışlar yer almaktadır. Bedük (2005) kadının eğitim düzeyi yükseldikçe, ekonomik bağımsızlığı arttıkça, yetiştirdiği çocukların sağlık, beslenme, yaşam ve eğitim olanakları artmakta ve kadın ekonomik kalkınmaya daha aktif ve daha etkin olarak katılmakta olduğunu ifade etmiştir.

Bu nedenle Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin eğitim durumları değerlendirilmiş ve Çizelge 6.9 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde kadınların % 21,6'sı ilkökul/ortaokul, % 34,2'si lise, % 38,7'si önlisans/lisans ve % 5,4'ü lisansüstü mezunu olduğu saptanmıştır.

Çizelge 6.9. Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	n	%
İlkokul / ortaokul mezunu	24	21,6
Lise mezunu	38	34,2
Önlisans / Lisans mezunu	43	38,7
Lisansüstü mezunu	6	5,4
Toplam	111	100,0

Kadın girişimciliği konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde; girişimci kadınların eğitim düzeyleri ile ilgili aşağıdaki çeşitli bulgular tespit edilmiştir:

Ufuk ve Özgen (2001a) yaptıkları araştırma bulgularında girişimci kadınların büyük oranda eğitilmiş oldukları yönünde ifadeye yer vermiş olsa da, Hisrich ve Peters (2002) girişimcilerin ortalamasının altında eğitim aldıklarını ifade etmektedir. Ecevit ise (1993) Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi adlı çalışmasında; işgücü piyasasının rekabetçi özelliği ve kadınların bu piyasaya ancak eğitim seviyesini yükselttikleri ölçüde girebildiklerini ve bu özelliklere sahip olmayan kadınlarda devlet yada kamu kesiminde istihdam edilmeden, kendi başlarına iş kurabilmeleri için güç ve yeteneklerini arttırmaları önem arz etmekte olduğu belirtilmektedir. Aykan (2004) kadın girişimcilerin % 58,1' inin lisans mezunu, Örucü ve arkadaşları (2007) kadın girişimcilerin % 56,5' inin yüksek öğretim kurumlarından mezun olduğunu saptanmıştır. Sayın (2011) kadın girişimcilerin % 6,7'sinin okuryazar olduğunu, % 36,7'sinin ilköğretim, % 23,3'ünün ortaokul, % 25'inin lise ve % 6,7'sinin lisans mezunu olduklarını bulgulamıştır. Yetim (2008) Mersin'deki çalışmasında; Türkiye genelinde lisans mezunu kadın girişimcileri % 15 olarak tespit etmiştir. Çelebi'nin (1993; 1997) çalışmalarında lise mezunu olan kadın girişimcilerin % 75 olduğu saptanmıştır. İyicil (2006) kadın girişimcilerin % 76,7'sinin lisans mezunu olduğunu, Yağcı ve Bener (2005) kadın girişimcilerin % 51,9'unun orta öğretim, % 48,1'inin yüksek öğrenim düzeyinde eğitim gördüklerini, Karateke ise (2006) kadınların % 92'sinin liseden sonra en az önlisans olmak üzere lisans, yüksek lisans ve doktora mezunu olduğunu bildirmektedir.

Bu bulgulara göre Tekirdağ İlindeki kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri tespit edilen diğer araştırma bulgularındaki eğitim düzeylerini destekler niteliktedir. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin toplamda % 44,1 ile (% 38,7 + % 5,4) lisans ve lisansüstü eğitim seviyelerine sahip olmaları; Aykan'ın (2004) Kayseri'de, İyicil'in (2006) Ankara'da, Karateke'nin (2006) İstanbul'da ve Örucü ve arkadaşlarının (2007) Balıkesir'de yaptığı araştırmalara ile benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda kadın girişimcilerin lise mezunu olduktan sonra eğitimlerine devam etmeleri onların girişimcilik faaliyetlerinde bulunma oranını artırmaktadır.

6.1.10. Eğitim düzeylerinin bölgelere dağılımı

Girişimcilik ile bireyin içinde yaşadığı doğup büyüdüğü sosyal yapı arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Kişi ya da birey içerisinde yaşadığı toplumun sosyal yapısından, teknolojik altyapıdan, ekonomik faaliyetlerden ve eğitim durumundan büyük oranda etkilenmekte ve düşünce yapısına bu ortam şekil vermektedir. Girişimcilik ile sosyal yapı

arasındaki yakın ilişki bireylerin düşünce yapılarına tesir etmekte, bu yapı içinde oluşan düşünce sistemi de girişimcilik tercihlerine etki etmektedir (Aytaç 2006).

Girişimciliği teşvik eden toplumsal değerler eşit eğitim fırsatları ile desteklendiğinde girişimcilerin toplumsal özellikleri ortaya çıkmaktadır. Buna göre; toplumlar düşük güç mesafesine sahip, belirsizliklere karşı tolerans seviyesi yüksek, kolektif hareket ediyor bile olsa bireysel aktiviteleri destekleyen ve eşitlikçi toplumsal yapıya sahip kültürlerde girişimcilik toplumsal bir değer olarak özellik kazanmaktadır (Başol 2010).

Bu nedenle Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin eğitim seviyeleri ile geldikleri bölgeler arasındaki bağlantıyı incelemek üzere Çizelge 6.10 oluşturulmuştur. Çizelgede görüldüğü üzere Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin ilköğretim (ilkokul/ortaokul) mezunu olanların yarıya yakın kısmı (% 46) İç Anadolu Bölgesinden, lise mezunu olanların büyük çoğunluğu (% 61) Trakya Bölgesinden, önlisans/lisans mezunu olanların % 37'si Trakya Bölgesinden ve % 35'i Güney Marmara Bölgesinden ve lisansüstü mezunu olanların yarısı (% 50) Güney Marmara Bölgesinden gelen girişimcilerden oluştuğu saptanmıştır.

Çizelge 6.10. Eğitim Düzeylerinin Bölgelere Dağılımı

Eğitim Seviyesi	Bölgesel Köken							Toplam
	Trakya	G. Marmara	Karadeniz	İ. Anadolu	Akdeniz	Ege	D.Anadolu	
İlkokul / Ortaokul	6 %25	0 %0	5 %21	11 %46	2 %8	0 %0	0 %0	24 100,0%
Lise	23 %61	2 %5	6 %16	4 %11	2 %5	0 %0	1 %2	38 100,0%
Önlisans / Lisans	16 %37	15 %35	5 %12	1 %2	0 %0	1 %2	5 %12	43 100,0%
Lisansüstü	0 %0	3 50,0%	1 16,7%	0 %0	0 %0	1 16,7%	1 16,7%	6 100,0%
TOPLAM	45 40,5%	20 18,0%	17 15,3%	16 14,4%	4 3,6%	2 1,8%	7 6,3%	111 100,0%

Elde edilen bulguların değerlendirilmesi sonucu; en çok önlisans/lisans mezunu kadın girişimciye rastlanmış ve bu kadınlar Trakya (%37), Güney Marmara (35), Karadeniz (%12) ve Doğu Anadolu (%12) Bölgelerinden gelen kadınlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Lise düzeyinde eğitim seviyesine sahip girişimci kadınların % 61'i Trakya Alt Bölgesi kökenlidir. Lisansüstü eğitim % 50 oranında Güney Marmara Alt Bölgesi kökenli kadınlarda tespit edilmiştir. Bu bağlamda Trakya ve Güney Marmara Alt Bölgelerini içine alan Marmara Bölgesi genelinde kadınlar için eğitim olanaklarının yüksek olduğu saptanmıştır.

Bu veriler doğrultusunda Tekirdağ'daki kadınların geleneksel yapısına uygun eğitime önem verilmeli, eğitim kalitesi ile sosyal, kültürel ve teknolojik çevrenin Tekirdağ ilinin mevcut sosyo-kültürel yapısına göre yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Çünkü Tekirdağ'daki kadınların girişimcilik tercihlerinde geçmişten gelen sosyo-kültürel yapının etkili olduğu görülmüştür. Bu bağlamda kadın girişimcilerin eğitim seviyesi arttıkça, kadınların çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunları ön görme ve bu sorunlara çözüm getirebilme yetenekleri de gelişme gösterecektir.

6.1.11. Mesleki eğitim

Eğitime verilen önemin de artması ile kadınların kendilerini geliştirmeye başlamaları onların iş hayatına yoğun bir biçimde girmesine ve pek çok alanda başarılı olabileceklerini gösterebilmelerine sebep olmuştur. Toplum içerisinde bir meslek sahibi olarak kadın kendinde daha fazla güven duygusu taşımaktadır. Kadınlar gerek iş yaşamında gerekse sosyal hayatlarında söz sahibi olacaklarını düşündükleri için çalışmak ve yükselmek istemektedirler. Aynı zamanda kadınlar kendilerinin de erkekler gibi birçok alanda yetenek sahibi olduğunu ve edindikleri nitelikleri kullanarak başarılı olabileceklerini göstermek de istemektedirler (Türkkahraman ve Şahin 2010).

Bedük'ün (2005) çalışmasına göre ülkemizde son 10-15 yıldır yüksek meslek eğitimi görmüş ve iş yaşamına atılmış kadın girişimci sayısı hızlı bir artış göstermektedir. Bu artışla birlikte kadının serbest iş veya ticaret yaşamına girdiği görülmektedir. Bu bağlamda geleneksel kimliğinden sıyrılan Türk kadını yalnızca "eş" yada "anne" olma rolleriyle yetinmeyeceği bilincine varmaya başlamıştır. Bircan (1998); Türkiye'de kadınların ekonomik rollerinin zenginleşmesiyle, ekonomik kalkınmada önemli birer kaynak olarak daha etkin kullanılmaları gerektiğinin altı çizilmiştir. Böylece kadınlara eşit istihdam, mesleki eğitim ve

iş güvencesi olanakları sağlanması ve iyileştirilmesi ile toplumda demokratik, özgürlükçü, katılımcı ve çoğulcu bir yapılanmanın geliştirilmesi de hızlandırılmış olacağına değinilmiştir.

Bu nedenle Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işlerine başlamadan önce yaptıkları iş ile ilgili mesleki eğitim alıp almadıkları irdelenmiştir. Çizelge 6.11 incelendiğinde kadınların % 58,6'sı işe başlamadan önce mesleki eğitim aldıklarını, % 41,4'ü ise işe başlamadan önce herhangi bir mesleki eğitim almadıklarını ifade etmişlerdir.

Çizelge 6.11. Mesleki Eğitim Durumu

Mesleki Eğitim	n	%
Hayır	46	41,4
Evet	65	58,6
Toplam	111	100,0

Bu bağlamda Sayın (2011) kadın girişimcilerin % 79,4'ünün mesleki bir eğitim almamış, % 20,6'sının ise meslekleriyle ilgili bir eğitim almış olduğunu bulgulamış ve kadın girişimciler açısından alınan mesleki eğitimin önemine değinmiştir.

Bu bulguya göre Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 41,4'lük kısmının mesleki eğitim almadıkları tespit edildiği için bu konuda ek mesleki eğitim çalışmalarının uygulanması girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınların çalışma hayatlarında karşılaştıkları sorunların çözümünü kolaylaştırmak açısından önem arz etmektedir.

6.1.12. Mesleki eğitime bakış

Türkiye Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı içinde, Yedinci Plan öncesi yapıldığı gibi ön çalışmalar başlatılmış ve çalışma yaşamı, gelir, yoksulluk ve kadınlarla ilgili özel bir alt komisyonun hazırladığı raporda kadın girişimciliğine ilişkin bir dizi tavsiyeye yer verilmiştir. Enformel eğitim alt başlığında yer alan noktalarda; geleneksel nitelikli, güncel piyasa gereksinimleriyle ilişkisiz eğitimlerin yerine özellikle kadınları teknoloji yoğun sektörlerde iş edindirmeye yönelik mesleki eğitim projeleri geliştirilmesi gerekmektedir (Ecevit 2007).

Bu nedenle Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işlerini yürütürken kendilerini geliştirmek üzere eğitim almayı isteme durumları araştırılmıştır. Çizelge 6.12 incelendiğinde; kadınların % 82'i mesleki eğitim almaya gerek duyduklarını, % 18'i ise eğitim almaya gerek duymadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 6.12. Mesleki Eğitime Bakış

Eğitim Almayı İsteme	n	%
Hayır	20	18,0
Evet	91	82,0
Toplam	111	100,0

Kadın girişimciliği konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde mesleki eğitim almayı istemenin girişimciliğe etkisi ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir.

Çakıcı (2006); 200 kadın girişimci ile yaptığı araştırmasında kadınların % 12'si girişimcilik için eğitime ihtiyacı duymadıklarını ifade etmişlerdir. Büyük oranda eğitim ihtiyacına değinilen araştırmada en fazla; "verimlilik ve kalite artırma", "iletişim", "muhasabe-finansman", "yeni iş alanları" ve "satın alma" konularında kadınların bilgi gereksinimleri olduğu ifade edilmiştir. Çakıcı (2002); işyeri sahiplerinin mesleki eğitimin ihtiyaç olduğunu kabul ettikleri ancak işletmeleri dışında verilen eğitimleri alma konusunda gereken ilgi ve çabayı pek gösteremediklerini bundan dolayı KOSGEB, MPM ve Ticaret ve Sanayi Odasının düzenlediği eğitim programlarına katılmadıklarını ifade etmiştir. Araştırmada kadın girişimcilere iş dışında hangi eğitim faaliyetlerinde buldukları sorulmuş; kadınların % 20'si eğitim faaliyetleri için zaman ayırdığı belirtirken, kadınların % 6'sı işleri olmadığı zamanlarda işletmecilikle ilgili eğitici kitap, dergi vb. okuduklarını belirlenmişlerdir.

İyicil'in (2006) Ankara'daki kadın girişimciler ile yaptığı araştırmasında kadınların "aldığınız eğitimle işinizde başarıya ulaşacağınıza inanıyor musunuz sorusuna" verdikleri cevaplar büyük oranda (% 91,7) olumlu çıkmıştır. Ersoy (2010) araştırmasında deneklerin % 72,9'unun girişimcilik konusunda eğitimin kişilerin tercihlerini daha ileri teknoloji yoğun alanlara doğru değiştireceğini ifade etmektedirler. Ankete katılan deneklerin büyük çoğunluğu mesleki eğitimin kişilerin ufkunu açacağını ve girişimcilik tercihlerini daha farklı boyutlara taşıyarak daha yenilikçi, daha rekabetçi ve daha bilgiye dayalı alanlara doğru

yönelteceği görüşündedir. Bu bulgulardan kişilerin tercihlerinde içinde yaşadıkları sosyo-kültürel ve coğrafi yapının etkili olduğu ve eğitimin bunu değiştirdiği görülmektedir. O nedenle eğitime önem verilmeli, eğitim seviyesi ile sosyo-kültürel ve teknolojik çevrenin ülkenin her tarafına eşit şekilde yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin mesleki eğitim ile ilgili görüşleri, Ersoy'un (2010) ve İyicil'in (2006) Ankara'daki kadın girişimcilerin mesleki eğitim görüşleri ile benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda kadın girişimciler mesleki eğitim alarak çalışma hayatlarında gelişim göstereceklerini ve iş yaşamında daha az sorun ile karşılaşp, sorunları çözme konusunda bilgi birikimlerini değerlendireceklerini ifade etmişlerdir. Kadın girişimciler alacakları mesleki eğitimler ile girişimci kişilik özelliklerini farklı mesleki alanlara taşıyarak yenilikçi, rekabetçi ve bilgiye dayalı iş alanlarına yönelecekleri görüşünde birleşmektedirler.

6.1.13. Eğitimin girişimcilik özelliklerini geliştirme düzeyi

Günümüzde çalışma yaşamı eğitim ve başarı üzerine kurulmuştur. Bunun için insanlar başarıyı yakalamak, kariyer ve kazanç bakımından bir üst sınıfa yükselmek için eğitime büyük gereksinim duymuşlar ve kaynaklarının büyük bir kısmını eğitim üzerine harcamaya başlamışlardır. Çağımızda eğitim sürecinden geçmemiş bir kimsenin kendi kendine yetişme olanağı bulsa da tam olarak yeteneklerini geliştirmesinin mümkün olmadığı görülmektedir. Bu yüzden bir insanın kendini ve ailesini geçindirecek bir iş veya kariyer sahibi olabilmesi, başkaları ile iyi ilişkiler kurabilmesi, ailesinin ve toplumun kendisinden beklediklerini yerine getirebilmesi için temel eğitim yanında kişisel gelişim eğitimlerinden de geçmesi gerekmektedir. Günümüzün çağdaş girişimcisi ile geleceğin girişimcisinin ilk özelliği girişimcilik konusunda eğitim almak zorunda olmasıdır. Girişimcilik konusunda eğitilmiş olmak, bir yandan girişimciliği özendirecek girişimci kültürünün oluşmasını sağlayacak bir yandan da girişimcilik yeteneğinin artmasına olanak tanıyacaktır (Anonim 2003).

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işleri ile ilgili alacakları eğitimlerin ne derece faydalı olacağını belirlemeye yönelik değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdelik dağılımları hesaplanmıştır. Çizelge 6.12'de kadın girişimcilerin işlerini geliştirmek için alacakları eğitimlere yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere; işlerini geliştirmek için faydalı gördükleri altı tane eğitim konusu sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, "alacağım eğitimin çok faydalı olacağına inanıyorum"

cevabını verdikleri eğitimlerin başında % 72,5 ile “pazarlama” eğitimi yer almaktadır. Sonrasında ise; % 68,1 ile “genel girişimcilik” ve % 68,1 ile “insan ilişkileri” eğitimleri ile kadın girişimciler girişimcilik özelliklerinin daha da gelişeceğini belirtmişlerdir.

Çizelge 6.13. Eğitimin Girişimcilik Özelliklerini Geliştirme Düzeyi

Değişken	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Pazarlama	4,64	0,62	0	0	7,7	19,8	72,5
Finans	4,15	0,97	1,1	3,3	24,2	22,0	49,5
Yönetim	4,36	0,93	2,2	2,2	12,1	24,2	59,3
İnsan ilişkileri	4,54	0,71	0	0	13,2	18,7	68,1
Girişimcilik	4,56	0,70	0	0	12,1	19,8	68,1
Teknoloji	4,21	1,03	2,2	2,2	24,2	14,3	57,1

1=Çok Faydasız, 2=Faydasız, 3=Kararsız, 4=Faydalı, 5=Çok Faydalı

Sayın (2011) girişimcilik eğitimlerinin kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğini düşünmekte ve kadın girişimcilerin alacakları çeşitli eğitimler ile kadınlar arası işbirliği ve fırsatların değerlendirilmesi konularında gelişim göstereceklerini ifade etmektedir.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler kendilerini ve işlerini geliştirmek üzere alacakları; pazarlama, finans, yönetim, insan ilişkileri, genel girişimcilik ve teknolojik yenilikler ile ilgili eğitimlerin gerek iş yaşamlarında gerek sosyal hayatlarında kendilerine olumlu kazanımlar sağlayacağını bilincindedirler. Girişimci kadınların eğitim eksikliği hissettikleri ve sorun olarak gördükleri en önemli süreç pazarlama faaliyetleridir. Bu nedenle Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 72,5 ile “çok faydalı” gördükleri pazarlama eğitimlerinin (yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası, dijital, vb.) iş yaşamlarında karşılaştıkları sorunları aşmada kendilerine maksimum yarar sağlayacağı konusunda hemfikir oldukları tespit edilmiştir.

Sonuç olarak kadınların işlerini geliştirmek üzere alacakları eğitimlerden fayda göreceklarine inandıkları; özellikle pazarlama, insan ilişkileri ve genel girişimcilik eğitimlerini finans, yönetim ve teknoloji eğitimlerinden daha faydalı gördükleri tespit edilmiştir.

6.2. Kişisel Özellikler

Girişimcilik olgusunun odak noktasında insan unsuru yani girişimci yer almaktadır. Bu özelliğiyle girişimcilik, toplumsal ve dolayısıyla insanın kendi kişisel özelliklerine bağlı bir faaliyettir. Toplumun girişimcilik kavramına yüklediği anlam ve bu bağlamda şekillenen girişimci kişilik özellikleri girişimciler açısından önem arz etmektedir. Toplumunu oluşturan ve onu diğer toplumlardan ayıran insanların kişisel özelliklerinin toplamı “toplum kültürünü” oluşturmaktadır. Toplumların kültürü; bilgi, inanç, sanat, hukuk, örf ve adetler gibi maddi ve manevi öğelerin bir nesilden diğerine aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Özalp ve ark. 2002). Bu bağlamda bir Türk girişimcisi muhakkak ki bir Alman, bir Japon veya bir Amerikalı girişimciden farklıdır. Hatta ülke içinde bile girişimcilik nitelikleri açısından bölgesel farklılıklar söz konusudur. Örneğin bir Karadenizli girişimci bir Gaziantep’li veya Konya’lı girişimciden farklıdır. Bir Gaziantep’li girişimci yatırımını kendi bölgesinde gerçekleştirmek isterken, bir Karadenizli girişimci yatırımını yurdun dört bir tarafında, en karlı gördüğü yerlerde hatta yurtdışında yatırım yapma konusunda risk alma eğilimindedir. Konyalı girişimci kredi ile yatırım yapma konusunda isteksizlik gösterirken, Denizlili girişimci borçlanarak yatırım yapma konusunda daha cesur ve istekli davranmaktadır (Doğramacı 2006).

Risk üstlenme, özgüven, bir yenilik başlatma gibi kişilik özellikleri girişimcilik kavramının temel unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın girişimciler açısından bu gibi kişilik özellikleri bazı kültürlerde gayet doğal karşılanıp desteklenirken, bazı kültürler de ise henüz yer edinmemiş niteliktedir. Girişimciliğin rahatlıkla kök salıp gelişmesini sağlayan girişimci kişilik özellikleri bütününe “girişimcilik kültürü” denir (İraz 2005). Dolayısıyla girişimcilerin toplumsal özelliklerini şekillendiren yapı kültürüdür. Bu bağlamda girişimcinin içinde yaşadığı toplumsal yapının güç mesafesi, belirsizliğe karşı tutumu, bireyciliği ve toplumsal cinsiyeti girişimciliği etkilemesi anlamında oldukça önemlidir (Başol 2010).

Bu bölümde; Tekirdağ’daki kadın girişimcilerin kişilik özellikleri, başarılı bir girişimci olabilmek için sahip olunması gereken özellikler, kadınların serbest çalışma nedenleri, serbest meslek sahibi olmanın avantajları ve ebeveynlerin girişim tecrübeleri irdelenmiştir.

6.2.1. Kişilik özellikleri

Günümüzde insanların girişimci olabilmelerinin temel koşulu risk alabilmeleri ve bu riski taşıyabilecek donanıma sahip olmalarıdır. Risk (ekonomik, psikolojik, sosyal ilişkiler, kariyer geliştirme, sağlık, vb.) yüklenme isteği başarılı girişimcilerin taşıması gereken temel özellikler arasındadır. Başarılı girişimci uygun görülen, kabul edilebilen riskleri göze alan kişidir (Tekin 2005). Girişimci sabit fikirli olmamalıdır. Bu nedenle yeniliklere uyum sağlama düşüncesi kişiliğinde olmalı ve bu konuda gerekli araştırmaları yapmalıdır. Ayrıca iş hayatını başkalarının görüş açısından değerlendirebilmeli ve gerçekçi bakış açısı ile kendisini girişimci özellikleri ve girişimcilik kültürüyle ön plana çıkarmaya çalışmalıdır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özelliklerinin önem derecelerini belirlemeye yönelik anket uygulanmış ve Çizelge 6.14 oluşturulmuştur. Çizelgede değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdeler dağılımlarına yer verilmiştir. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özelliklerinin önem derecelerine yönelik tanımlayıcı istatistiklerin yer aldığı çizelgede kadın girişimcilere; kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özelliklerinin önem dereceleri hakkında 24 tane soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; “kendimde var olduğuna tamamen katılıyorum” cevabını verdikleri kişilik özelliklerinin başında % 89,2 ile “dürüst” kişilik özelliği yer almaktadır. Sonrasında ise büyükten küçüğe; % 82,9 ile “sabırlı”, % 77,5 ile “fedakar”, % 72,1 ile “gerçekçi” ve % 70,3 ile “kararlı” kişilik özellikleri ile kadın girişimciler kendilerinde var olduğuna tamamen inandıkları kişilik özelliklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 6.14. Kişilik Özellikleri

Değişken	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Zeki	4,42	0,68	0	1,8	5,4	41,4	51,4
Kararlı	4,63	0,61	0	0	7,2	22,5	70,3
İnatçı	3,80	1,34	10,8	9,9	7,2	32,4	29,6
Yenilikçi	4,54	0,67	0	0	9,9	26,1	64,0
İdealist	4,70	4,88	0	1,8	16,2	36,9	44,1
Risk üstlenen	4,21	0,86	0,9	2,7	15,3	36,0	45,0
Gerçekçi	4,69	0,51	0	0	2,7	25,2	72,1
Hevesli	4,27	0,81	1,8	0	11,7	41,4	45,0
Enerjik	4,32	0,81	0	4,5	8,1	37,8	49,5
Kendine güvenen	4,60	0,60	0	0	6,3	27,0	66,7
Hedefe yönelen	4,42	0,68	0	0	10,8	36,0	53,2
Rekabetçi	4,18	0,90	3,6	1,8	6,3	49,5	38,7
Sabırlı	4,79	0,52	0	1,8	0	15,3	82,9
Yaratıcı	4,39	0,71	0,9	0	8,1	40,5	50,5
Dürüst	4,89	0,31	0	0	0	10,8	89,2
Temkinli	4,57	0,68	0	1,8	5,4	26,1	66,7
Planlı	4,46	0,74	0,9	0	9,9	29,7	59,5
Tecrübeli	4,18	0,98	0	9,9	10,8	29,7	49,5
Toleranslı	4,22	0,79	1,8	0,9	9,0	49,5	38,7
Sevecen	4,64	0,56	0	0,9	1,8	28,8	68,5
Duygusal	4,46	0,85	0,9	4,5	4,5	27,0	63,1
Fedakar	4,70	0,62	0	1,8	3,6	17,1	77,5
Sezgi gücü kuvvetli	4,41	0,88	1,8	2,7	8,1	27,0	60,4
Çevre ile baş edebilen	4,17	0,86	0,9	4,5	10,8	44,1	39,6

1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum

Kadın girişimcilerin kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özellikleri konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde kadınların kişilik özelliklerinin girişimciliğe etkisi ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Özdemir (2010) Eskişehir'deki kadın girişimcilerin kendilerinde girişimcilik isteğini canlandıran kişilik özellikleri sorulduğunda ilk başta mücadeleci olma kişilik özelliği, sonrasında ise iletişim becerilerine sahip olma, çalışkan olma, fırsatları değerlendirme ve sabırlı olma gibi kişilik özellikleri ön plana çıkmıştır. Araştırmada dikkat çekici noktalardan bir tanesi kadınların kendileri için biraz daha fazla feminen değerlere odaklanmalarındır. Bunun yanında kadınlar; yenilikçi olmak, cesur olmak, risk almak gibi girişimcilikte yaygın olan özelliklere daha az sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Yetim (2008) Mersin'deki kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini üç kapsamda ele almıştır. Bu özelliklerden ilki olan girişimci olmaktan kaynaklanan kişisel özellikler; kendine güven, yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik olarak ifade edilmiştir. Diğer taraftan sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özellikleri ise; çevresinde saygınlığı olan, çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilen, koruyan-gözeten, işbirliğine yönelen, akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış olan şeklinde ifade edilmiştir. Mersin'deki kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini ortaya koyma çerçevesinde ele alınan bir diğer özellik ise onların cinsiyet rollerinden kaynaklanan özellikler olarak belirtilmiştir. Bunlar ise; iyi iletişim kuran, problemleri kolaylıkla çözebilen, hoşgörülü, özverili ve duygusal özellikler olarak belirtilmiştir.

Uzun ve Dirlik (2007) Muğla'daki KOBİ sahiplerinin girişimcilik, liderlik ve kişilik özellikleri işletmelerin faaliyet süresini, işletmelerin çalışan sayısını ve öz sermayelerine göre işletme büyüklüğünü etkilediğini bulgulamıştır. Başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken kişilik özelliklerine sahip olan girişimcilerin hedeflerine ulaştıkları ifade edilmiştir. Araştırmaya göre; kendine güvenen, hırslı, enerjik ve otoriter karakteristik gösteren kişiler girişimci kişiliğe sahip kişilerdir. KOBİ'lerde bu kişilik özelliklerinin yanında işletme sahibinin aynı zamanda işletmenin yöneticisi olmasından dolayı liderlik özelliği de göstermesi işletmede başarının sağlanması açısından önem arz ettiği belirtilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kişilik özellikleri Eskişehir'deki kadın girişimcilerin kişilik özellikleri ile benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda kadınlar başarılı girişimcilerde öncelikle olması gereken kişilik özellikleri olan; kendine güvenme, risk üstlenme ve rekabetçi olma gibi özelliklerden ziyade feminen kişilik özelliklerinin kendilerinde daha ön planda olduğunu belirtmişlerdir. Bu özellikler; dürüst, sabırlı, fedakar, gerçekçi ve kararlı olma kişilik özelliklerinin kadınların kendilerini tanımlamada kullandıkları özellikler olduğu bulgulanmıştır. Kadın girişimciler kendilerinde baskın olarak gördükleri bu kişilik özellikleri ile iş ve aile hayatlarında karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebildiklerini ifade etmişlerdir. Sonuç olarak Tekirdağ'daki kadın girişimciler iş yaşamında karşılaştıkları sorunlar karşısında mevcut durum ve düşünceleri dürüst bir şekilde değerlendirme, sabırlı olma, fedakar olma, gerçekçi olma ve kararlı olma kişilik özelliklerine sahiptirler.

6.2.2. Kişilik özellikleri faktör analizi

Feminen doğası gereği sahiplenme duygusuna ve sorumluluk alma bilincine sahip olan kadınlar, bu özellikleri ile liderlik ruhlarını birleştirmekte ve iş yaşamında kendi işlerini kurarak girişimci kişiliklerinin getirisi olan amaçlarına ulaşmaktadırlar.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik 24 özellik unsurunun daha belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile kadınların kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özellikleri konusunda temel belirleyiciler ve belirlemedeki ağırlıkların saptanması planlanmıştır. Faktör analizine başlamadan önce verilerin kendi içinde tutarlılığının olup olmadığını belirlemek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlilik katsayısı (Cronbach-Alfa) 0.647 olarak belirlenmiştir. Bu kritere göre ölçek güveniliridir.

Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0.550 hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,90'larda çok iyi, 0,80'lerde iyi olarak kabul gördüğü varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,550'lik KMO test değeri nispeten ideal olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca Barlett's Test of Sphericity değeri ve anlamlılığı değişkenlerin birbirleri ile korelasyon gösterip göstermediklerini sınav ve kullanılan verilerle faktör analizi yapmanın uygun olup olmadığını gösterir. Faktör analizi sonuçlarına göre oluşan 8 faktör Çizelge 6.15'de görülen bileşenlerden oluşmaktadır.

Çizelge 6.15. Kişilik Özellikleri Faktör Analizi

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Feminen olma)		22,241	5,338
Hevesli olma	,520		
Sevecen olma	,711		
Duygusal olma	,769		
Fedakar olma	,867		
Faktör 2 (Gerçekçi ve planlı olma)		11,613	2,787
Gerçekçi olma	,790		
Kendine güvenme	,520		
Planlı olma	,681		
Tecrübeli olma	,499		
Faktör 3 (İleri görüşlü olma)		8,599	2,064
Kararlı olma	,708		
Yenilikçi olma	,757		
Yaratıcı olma	,593		
Dürüst olma	,570		
Temkinli olma	,566		
Faktör 4 (Sezgisel ve sabırlı olma)		7,170	1,721
Sabırlı olma	,738		
Sezgi gücü kuvvetli olma	,797		
Faktör 5 (Enerjik ve toleranslı olma)		6,147	1,475
Enerjik olma	,686		
Hedefe yönelebilmek	,579		
Toleranslı olma	,615		
Faktör 6 (Rekabetçi olma)		5,286	1,269
Risk üstlenebilme	,657		
Rekabetçi olma	,894		
Faktör 7 (Mücadeleci olma)		4,578	1,099
Zeki olma	,698		
Çevre ile baş edebilme	,671		
Faktör 8 (Hırslı olma)		4,430	1,063
İnatçı olma	,509		
İdealist olma	,808		

KMO: 0,550 Barlett's testi: 1197,680 p<0.000

Faktör analizinin ana hedefi çok sayıdaki değişkeni aza indirmektir. Yapılan analiz sonucunda her faktöre bir isim verilir. Faktörü oluşturan değişkenler faktörün isimlendirilmesinde etkili olur. Ancak bazı durumlarda birbirine uymayan değişkenler bir faktörde toplanabilir. Bu durumda faktör yükü en fazla olan değişken esas alınarak isimlendirme yapılır. Kadın girişimcilerden elde edilen bulguların analizi sonucunda kadınların başarılı bir girişimci olabilmek için sahip olunması gereken özellikleri etkileyen faktörler 8 grup altında toplanmıştır.

Faktör 1 (Feminen olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 22,241'dir ve 4 değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: fedakâr olma, duygusal olma, sevecen olma ve hevesli olma ve şeklindedir.

Faktör 2 (Gerçekçi ve planlı olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 11,613'tür ve 4 değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler; gerçekçi olma, planlı olma, kendine güvenme ve tecrübe sahibi olma şeklindedir.

Faktör 3 (İleri görüşlü olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 8,599'dur ve 5 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; yenilikçi olma, kararlı olma, yaratıcı olma, dürüst olma ve temkinli davranabilme şeklindedir.

Faktör 4 (Sezgisel ve sabırlı olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 7,170'tir ve 2 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; sezgi gücü kuvvetli olma ve sabırlı olma şeklindedir.

Faktör 5 (Enerjik ve toleranslı olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 6,147'dir ve 3 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; enerjik olma, tolerans gösterebilme ve hedefe yönelebilmeye şeklindedir.

Faktör 6 (Rekabetçi olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 5,286'dır ve 2 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; rekabetçi kişilik özelliklerine sahip olma ve risk üstlenebilme şeklindedir.

Faktör 7 (Mücadeleci olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 4,578'dir ve 2 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; zeki olma ve çevre ile baş edebilme yeteneğine sahip olma şeklindedir.

Faktör 8 (Hırslı olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 4,430'dur ve 2 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; idealist olma ve inatçı olma şeklindedir.

Tekirdağ'da girişimcilik faaliyetlerini yürüten kadınların kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik 24 özellik unsurunun daha belirli faktörler altında toplanması sağlanmıştır. Bu analiz ile kadınların kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özelliklerinden birbirleri ile ilişkili olan alt faktörler bir araya getirilerek tek bir faktör ile açıklanmış ve 8 ana faktör oluşturulmuştur. Girişimci kadınların kendilerini nasıl tanımladıklarına dair kişilik özelliklerini gruplandıran başlıca faktörler yüzdelerinin büyüklüklerine göre büyükten küçüğe; feminen olma, gerçekçi ve planlı olma, ileri görüşlü olma, sezgisel ve sabırlı olma, enerjik ve toleranslı olma, rekabetçi olma, mücadeleci olma ve hırslı olma şeklinde bulgulanmıştır. Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kişilik özellikleri yapılan faktör analizinde de fedakarlık, duygusallık, sevecenlik gibi kişilik özelliklerini ile kadınların feminen doğalarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

6.2.3. Başarılı girişimcilik için sahip olunması gereken kişisel özellikler

İnsanların yaşaması için gerekli olan minimum gereksinimler karşılanırsa bile insanoğlu hep daha az çaba sarf ederek daha rahat bir yaşam sürmeyi istemiştir. Bu istek ilk insandan günümüze değin sürmüştür. İnsanoğlundaki bu istek ve gereksinimlerden dolayı hızı gittikçe artan yeni ürün veya yöntemler gelişmektedir. Yenilik bir süreçtir, yaratıcılık ise bu süreci mümkün kılan beceri veya doğal yatkınlıklar kümesidir. Yaratıcılık ve yenilik başarılı bir girişimci için en gerekli özelliklerdir (Barker 2002).

Girişimciler yüksek düzeyde başarı güdüsüne sahip, hesaplı risk üstlenen ve işlerini sonuçlandırmak için kişisel sorumluluk üstlenme eğiliminde olan kişilerdir. Girişimcinin ulaşabileceği hedefin bir üst sınırı yoktur. Girişimci daima daha iyisini ve daha çoğunu isteyecektir. Sürekli başarılı olma arzusu girişimci için hırs, enerji ve ataklık kaynağıdır (Eke 1993). McClelland'ın başarı gereksinimi hakkındaki araştırmaları sonucunda girişimcilerde var olan psikolojik özellikleri ortaya koyma ve bu düşüncelerden hareketle girişimcilerin özelliklerine yönelik üç özellik belirlenmiştir. Bunlar (Hisrich ve Michael 1985):

- Problem çözme, amaç belirleme ve bu amaçlara ulaşmada bireysel sorumluluk,
- Yüksek düzeyde hesaplanmış risk alma arzusu ve
- Görevdeki başarısının sonuçlarına ait bilgi olarak tanımlanır.

Günümüzde sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın en önemli aracı olarak gösterilen girişimcilerin başarısında motivasyonun önemi büyüktür. Girişimcilerin iş hayatlarında başarılarını sürekliliği sürdürülebilir bir yenilikçiliğe sahip olmalarını zorunlu kılmaktadır. Sürdürülebilir yenilikçiliğin gerçekleştirilebilmesi ise, yaratıcılığın temel bir fonksiyon olarak değerlendirilmesini ve önündeki engellerin kaldırılmasını gerektirmektedir (İraz 2005). Yaratıcı olmak ve yenilik yapmak bir girişimcinin en temel özelliklerinin arasında yer alması girişimcilerin kendilerini hızla değişen şartlara uyarlama ve rekabet üstünlüğü elde etme imkânına kavuşturmaktadır.

Girişimciler risk taşıyan işlerde sonuca ulaşmak için sorumluluk hissi altında kaynaklarını sürekli kontrol ederek çalışırlar. Girişimciler amaçlarını gerçekleştirmede güçlerine ve yeteneklerine güvenirlir. Ancak girişimciler iş hayatlarında başarısızlıkla karşılaştıkları zaman hatayı kendilerinde ararlar ve karşılaştıkları sorunu çözmek için çaba harcarlar (Özkan ve ark. 2003). Bu bağlamda kadın girişimcileri etkileyen risk unsurları; piyasa şartları, alacakların tahsilâtından dolayı yaşanan sorunlar, işletme giderleri, devlete olan ödemeler, üçüncü şahıs ve firmalara olan borçlar şeklinde sıralanabilmektedir. Bir kadın girişimci; başarılı bir nakit akışı ve mali planlama ile karşılaşabileceği risk etkenlerini azaltabilecektir. Zimmerer ve Norman'a göre (1998); kadın girişimci riskle karşılaştığı zaman fırsatları değerlendirerek, belirsizlik altında büyüme ve kâra ulaşma amacıyla sermaye yaratabilmek için gerekli kaynakları toplayarak işini büyütebilmelidir.

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerin önem derecelerini belirlemeye yönelik değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdeler dağılımları hesaplanmış ve Çizelge 6.16 oluşturulmuştur. Çizelgede kadın girişimcilerin sahip olması gereken özelliklerin önem derecelerine yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere; başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerin önem dereceleri hakkında onsekiz kişilik özelliği sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerden “tamamen katılıyorum” cevabını verdikleri kişilik özelliklerinin başında % 85,6 ile “özgüven” yer almaktadır. Sonrasında sıra ile % 75,7 ile “iletişim becerisi”, % 73,9 ile “yenilikçi ve yaratıcı olma” ve % 71,2 ile “dürüstlük” kişilik özellikleri ile kadın girişimciler başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellikleri belirtmişlerdir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellik olarak “duygusal zeka” % 37,8 ile en düşük değeri almıştır. Duygusal zeka kavramının Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin çoğunluğu tarafından anlaşılamadığı, verdikleri “iş hayatında duygusallığa yer yoktur” cevabı ile kadınların büyük çoğunluğunun duygusal zekaya sahip kişilerin özelliklerini bilmedikleri tespit edilmiştir.

Çizelge 6.16. Başarılı Girişimcilik İçin Sahip Olması Gereken Kişisel Özellikler

Değişken	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Zeka	4,36	0,77	0	2,7	9,9	35,1	52,3
Özgüven	4,82	0,44	0	0	2,7	11,7	85,6
Yenilikçi/yaratıcı olma	4,64	0,72	1,8	0	3,6	20,7	73,9
İletişim becerisi	4,74	0,45	0	0	0,9	23,4	75,7
Eğitim	4,15	1,04	1,8	7,2	15,3	25,2	50,5
Deneyim	4,28	0,94	3,6	0	12,6	31,5	52,3
Sabır ve hoşgörü	4,54	0,64	0	0,9	5,4	32,4	61,3
Risk üstlenebilme	4,47	0,65	0	0	9,0	34,2	56,8
Hırs ve kararlılık	4,37	0,77	0,9	0	12,6	33,3	53,2
Çalışkanlık	4,57	0,65	0,9	0	3,6	31,5	64,0
Dürüstlük	4,66	0,60	0,9	0	1,8	26,1	71,2
Yönetim becerisi	4,66	0,49	0	0	0,9	31,5	67,6
Fedakarlık	4,36	0,74	0,9	0	10,8	38,7	49,5
Liderlik	4,51	0,63	0	1,8	1,8	39,6	56,8
Vizyon sahibi olma	4,46	0,77	0	3,6	6,3	29,7	60,4
İleriyi görebilme	4,57	0,65	0	0,9	6,3	27,0	65,8
Rekabetçi düşünme	4,52	0,69	0	2,7	3,6	32,4	61,3
Duygusal zeka	3,91	1,14	4,5	9,9	12,6	35,1	37,8

1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum

Doğan (2005) duygusal zekanın tanımını; kendisinin ve başkasının hissettiklerini gözleyip düzenleyebilmek, hisleri düşünce ve eyleme yol gösterecek şekilde kullanmak olarak ifade etmiştir. Bu bağlamda duygusal zeka, kendimizin ve başkalarının hislerini tanıma, motive etme, içimizdeki ve ilişkilerimizdeki duyguları iyi yönetme yeteneğine sahip olabilmektir. Son yıllarda yapılan araştırmalar zekanın hayattaki başarıya katkısının % 10'dan fazla olmadığını göstermektedir. Ancak duygusal zeka sahibi yani duygusal ve sosyal kapasitesi yüksek kişiler; duygularını iyi bilir, onları kontrol edebilir, başkalarının duygularını anlar ve bunları ustalıkla idare edebilirler. Bu kişiler gerek iş gerek özel hayatlarında insan ilişkilerinden kaynaklı sorunları öngörür ve iletişimsel sorunları kolaylıkla çözebilirler. Sartorius'a göre (1999); başka insanların duyguları, insanın kendi duyguları üzerinden köprü

kurması ile algılanabilir. Ancak bu şekilde düşünüş tarzı, birbirine uygun görüşler, benzer zevkler ya da birbirine yakın zeka seviyeleri ile iletişim kurmak mümkün olabilmektedir.

Bugün yapılan araştırmalar duygusal zekânın aile, iş ve sosyal hayattaki başarının temel belirleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Zekânın oldukça zor değişen bir yapıda olmasına karşılık, duygusal zekanın geliştirilmesi mümkün olabilmektedir. Kişilerin matematiksel ve sözel yeteneklerinin, seviyelerinin çok iyi olması günümüzde başarı için yeterli değildir. Dünyaya ve olaylara karşı tarafın bakış açısıyla bakmamak kişileri olaylara karşı tarafın düşünce yapısı yerine kendi düşünce yapısı ile bakmasından kaynaklanmaktadır. Duygusal zekâyâ sahip girişimciler, fikirlerini açık bir şekilde ifade edebilen, çalışanlarını ve müşterilerini istenilen sonuca yönelik olarak kolay bir şekilde harekete geçirebilen kişilerdir (Duncan 2007). Ayrıca, duygusal zekâ takım çalışması gerektiren örgüt ortamında “olmazsa olmaz” bir özellik olmanın yanında “sosyal yetkinlik” ve “kişisel yetkinlik” kavramlarının da bileşimidir. Kadın girişimciler, kadın olmanın yarattığı farklılık ve hassaslıkla duygusal zekâlarını iş hayatına yansıtılabilmekte ve çoğu zaman da bu durumun olumlu sonuçlarını elde etmektedirler.

Başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken kişilik özellikleri konusunda yapılan diğer çalışmalar ile ilgili aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir.

Özdemir (2010) Eskişehir’de kadınlarda girişimci olma isteğini oluşturan faktörler arasında en dikkat çekici noktaların, kadınların işlerini ve çalışmayı çok sevmeleri olduğunu ifade etmiştir. Özdemir’e göre kadın girişimciler çok çalışmalarının ve çabalarının karşılığını alacaklarına inanmaktadırlar. Çakıcı (2006) Mersin’deki kadın girişimcilerin iş yaşamında etkili olabilmede gerekli kişilik özelliklerinden özgüven, dürüstlük, risk üstlenme ve cesaret ön plana çıkmaktadır. Etkili bir iş yaşamı için önemli diğer kişilik özellikleri; insan ilişkileri ve iletişim becerisi olarak ifade edilmiştir.

Narin ve arkadaşları (2006) kadınların erkeklerle aralarındaki girişimcilik konusundaki bilgi ve deneyim farkının giderek azalması sonucu kadınların yenilikçi ve yaratıcı kişilik özelliklerinin ortaya çıktığını tespit etmiştir. Bunun yanında “kendine güvenme”, “risk alma” ve “yaratıcılık” gibi kişisel özelliklerin girişimci kadınların önem verdikleri kişisel özellikler olarak bulgulanmıştır. Güney (2006) girişimciliğe ilişkin kişilik özelliklerini; özgüven, cesaret, iletişim becerisi, sabırlı olmak ve tevazu olarak bulgulanmıştır. Araştırmada kadınların

büyük çoğunluğu (% 88,6) iletişim becerisi, özgüven, cesaret, sabır ve tevazu özelliklerinden dolayı kendilerini başarılı girişimciler olarak gördükleri ifade edilmiştir.

Yetim (2008) kadın girişimcilerin ilk sırada "iyi iletişim kuran" cinsiyet rolünü kendilerini betimleyen bir özellik olarak belirttiklerine dikkat çekmektedir. Yetim'e göre kadınlar, iyi ilişki kurma ve iletişim becerileri ile iş yaşamında önemli kazanımlar elde etmektedir. Kadınlar kurdukları ilişki ağları ve iletişim becerileri ile çevresel olanakları işleri lehine kullanabilmektedir. Bu özellikleri bakımından da kadın girişimciler, sosyal sermayeyi harekete geçirici yetenek ve becerilere sahip görünmektedir. Araştırmada kadınlar duygusal, özverili, hoşgörülü gibi diğer cinsiyet rollerini girişimcilik ile daha az ilişkili bulmuşlar ve bu karakteristiklere daha az önem atfetmişlerdir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin başarılı bir girişimci olmak için sahip olunması gereken kişilik özellikleri; özgüven, iletişim becerisi, yenilikçilik ve yaratıcılık, dürüstlük olarak tespit edilmiştir. Bu özellikler kadın girişimciler üzerine Çakıcı'nın (2006) Mersin'de, Narin ve arkadaşlarının ise (2006) Ankara'da yaptıkları araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Kadınlar özgüven sahibi olma, dürüst olma, yenilikçi ve yaratıcı olma, iletişim becerisine sahip olma özellikleri ile iş hayatlarında daha başarılı olduklarını, daha az sorunla karşılaştıklarını ve karşılaştıkları sorunları daha çabuk çözebildiklerini ifade etmişlerdir.

6.2.4. Başarılı girişimcilik için sahip olunması gereken kişisel özelliklerin faktör analizi

Risk alabilme özelliği ile girişimci, başlattığı ekonomik etkinliğin bitiminde doğabilecek sonuçları önceden hesaplayan ve sonuçta doğacak riski üstlenmekten çekinmeyen kimsedir (Hisrich ve Öztürk 1999). Girişimciliğin doğasında kazanmak ya da kaybetmek yani kabul edilebilir riskleri göze almak ve cesaretli olmak vardır. Girişimciler, karlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini kullanıp risk alarak pazara girme cesaretini gösteren kişilerdir (Şekerler 2006). Risk; belirli bir zaman aralığında, hedeflenen bir sonuca ulaşamama, kayba ya da zarara uğrama olasılığıdır. Gelecekte oluşabilecek potansiyel sorunlara, tehdit ve tehlikelere işaret eder. Risk genellikle tam ve net olarak bilinemez ya da öngörülemez, zamana bağlı olarak değişir (Tekin ve Zerenler 2005).

Vizyon sahibi olmak geleceği düşünmek ve tasarlamaktır. Bu nedenle vizyon kavramı genel olarak geleceği görme ve geleceğe başarı ile ulaşmayı ifade eder. Girişimcilikte sürekli yenilenen ve değişen bir dünya görüşü vardır. Girişimcinin böyle bir dünya görüşüne sahip olması ise iyi bir vizyon sahibi ve hayal gücünün kuvvetli olmasına bağlıdır. Girişimci, yaratıcı ve hayal kurabilen kişidir. İleriyi görebilmek hem görme yeteneğine hem de yaratıcı hayal gücüne sahip olmayı gerektirir. Çağımızın hızlı değişimine ayak uyduracak, hedef ve amaçlara ulaşabilecek kişiler bu özellikleri taşıyan girişimcilerle olacaktır (Erçetin 2000).

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin başarılı bir girişimci olabilmek için sahip olunması gereken özellikleri ölçmeye yönelik 18 özellik unsurunun belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile kadınların başarılı bir girişimci olabilmek için sahip olunması gereken özellikler konusunda temel belirleyiciler ve belirlemedeki ağırlıkların saptanması planlanmıştır. Faktör analizine başlamadan önce verilerin kendi içinde tutarlılığının olup olmadığını belirlemek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlilik katsayısı (Cronbach-Alfa) 0.857 olarak belirlenmiştir. Bu kritere göre ölçek güvenilirirdir.

Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0.703 hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,90'larda çok iyi, 0,80'lerde iyi olarak kabul gördüğü varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,703'lük KMO test değeri ideal olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca Barlett's Test of Sphericity değeri ve anlamlılığı değişkenlerin birbirleri ile korelasyon gösterip göstermediklerini sınar ve kullanılan verilerle faktör analizi yapmanın uygun olup olmadığını gösterir. Faktör analizi sonuçlarına göre oluşan 5 faktör Çizelge 6.17'de görülen bileşenlerden oluşmaktadır.

Çizelge 6.17. Başarılı Girişimcilik İçin Sahip Olunması Gereken Kişisel Özelliklerin Faktör Analizi

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Risk alabilme)		32,625	5,872
Risk alabilme	,813		
Hırslı ve kararlı olma	,626		
Yönetim becerisine sahip olma	,588		
Liderlik özellikleri taşıma	,575		
Vizyon sahibi olma	,698		
Durum değerlendirmesi yapabilme	,599		
Rekabet etme becerisine sahip olma	,634		
Faktör 2 (Çalışkan olma)		10,298	1,854
Çalışkan olma	,855		
Dürüst olma	,833		
Fedakarlık yapabilme	,635		
Faktör 3 (Zeki olma)		9,465	1,704
Zeka seviyesinin yüksek olması	,818		
Eğitimli olma	,672		
Deneyim sahibi olma	,518		
Faktör 4 (İletişim becerisine sahip ol)		6,753	1,216
İletişim becerisine sahip olma	,694		
Sabırlı ve hoşgörülü olma	,479		
Duygusal zekaya sahip olma	,601		
Faktör 5 (Özgüven sahibi olma)		6,658	1,198
Özgüven sahibi olma	,894		
Yenilikçi ve yaratıcı olma	,796		

KMO: 0,703 Barlett's testi: 923,489 p<0.000

Faktör analizinin ana hedefi çok sayıdaki değişkeni aza indirmektir. Yapılan analiz sonucunda her faktöre bir isim verilir. Faktörü oluşturan değişkenler faktörün isimlendirilmesinde etkili olur. Bazen birbirine uymayan değişkenler bir faktörde toplanabilir. Bu durumda faktör yükü en fazla olan değişken esas alınarak isimlendirme yapılır. Kadın girişimcilerden elde edilen bulguların analizi sonucunda kadınların başarılı bir girişimci olabilmek için sahip olunması gereken özellikleri etkileyen faktörler 5 grup altında toplanmıştır.

Faktör 1 (Risk alabilme): Tanımlanan faktör yüzdesi 32,625'tir ve 7 değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: risk alabilme yeteneğine sahip olma, vizyon sahibi olma, rekabet gücüne sahip olma, hırslı olup kararlılık gösterebilme, mevcut durum değerlendirmesi yapabilme, yönetim becerisine sahip olma ve liderlik özellikleri taşıma şeklindedir.

Faktör 2 (Çalışkan olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 10,298'dir ve 3 değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler; girişimcinin çalışkan olması, girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken dürüst olması ve fedakârlık gösterebilmesi şeklindedir.

Faktör 3 (Zeki olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 9,465'tir ve 3 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; zeka seviyesinin yüksek olması, eğitim seviyesinin yüksek olup girişimcinin kendini iş yaşantısı boyunca eğitmeye devam etmesi ve geçmişteki çalışma hayatına bağlı deneyim sahibi olması şeklindedir.

Faktör 4 (İletişim becerisine sahip olma): Tanımlanan faktör yüzdesi 6,753'tür ve 3 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; işletmeyi kurma, geliştirme, sektörde kalıcı olma gibi işletmeyi ilgilendiren her aşamada iletişim becerisine sahip olması ve girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken sabır ve hoşgörü gösterebilmesi ve duygusal zekâyâ sahip olup empati yeteneği gelişmiş kişilik özellikleri taşıması şeklindedir.

Faktör 5 (Özgüven): Tanımlanan faktör yüzdesi 6,658'dir ve 2 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; kadın girişimcinin hayatının her aşamasında özgüven sahibi olması ve yeniliklere açık, yaratıcı özellikleri gelişmiş olması şeklindedir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre başarılı bir girişimcide bulunması gereken kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik 18 özellik unsurunun belirli faktörler altında toplanması sağlanmıştır. Bu analiz ile kadınların tanımladıkları başarılı bir girişimcide bulunması gereken kişilik özelliklerinden birbirleri ile ilişkili olan alt faktörler bir araya getirilerek tek bir faktör ile açıklanmış ve 5 ana faktör oluşturulmuştur. Girişimci kadınlara göre başarılı bir girişimcide bulunması gereken kişilik özelliklerini gruplandıran başlıca faktörler yüzdelерinin büyüklüklerine göre büyükten küçüğe; risk alabilme, çalışkan olma, zeki olma, iletişim becerisine sahip olma ve özgüven sahibi olma şeklinde tespit edilmiştir. Girişimciliğin en önemli unsurlarından biri olan kişilerin risk alma cesaretine sahip olabilmesi bir işletmeyi kurmak ve sonrasında işletme faaliyetlerinin devamlılığını sağlamak açısından önem arz etmektedir. Başlanan bir girişimcilik faaliyetinin sürdürülebilir olması için kadının işletmesinde sorumluluklarını üstlenip sürekli çalışma azmi göstermesi gerekmektedir.

6.2.5. Ebeveynlerin girişim tecrübeleri

Tarihsel süreç incelendiğinde girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer bir iş kurdukları ya da aile işletmelerini büyütme anlamında katkı sağladıkları bilinmektedir. Bir başka deyişle ailenin sahip olduğu kültür, işletmeye ve topluma yansımakta, bu durum da işletmenin bütün fonksiyonlarına aktarılmaktadır (Bektaş ve Köseoğlu 2007).

Kadın girişimcilerin aile geçmişleri birçok yönlerden benzer nitelikler göstermektedir. Kadın girişimcilerin çoğunluğu, babanın serbest meslek sahibi olduğu orta veya orta-üstü ailelerin ilk çocukları olup, genelde kişilik olarak babaları ile özdeşleşmiş, ancak anneleri ile de yakın ilişkiler içinde bulunmuş kişilerdir. Bu tür bir aile geçmişine sahip bulunan bir kadını girişimci olmaya yönelten nedenlerin neler olabileceği sorusu akla geldiğinde, bunların birincisi; evli olma ve bir aile ortamı içerisinde bulunmanın gerek finansal ve gerekse duygusal yönden verdiği güven duygusu olmaktadır. İkinci neden; geçmişte serbest meslek sahibi bir babaya sahip bulunulmuş olunmasının etkileyciliği ve verdiği güçlülük duygusudur. Üçüncü bir neden ise; ilk doğan çocukların erken yaşlarda iddiacı ve bağımsız olma özellikleri kazanmaları sonucu serbest meslek sahibi olmaya daha yatkın oluşlarıdır (Karateke 2006).

Aile bireyleri girişimci güdülerin oluşmasında hayati bir role sahip olmaktadır. Çünkü aile, çocuğun karakteri ve davranışı üzerinde birinci derecede belirleyici bir rol oynamaktadır. Aile kendi değer, tutku ve heyecanlarını doğal olarak çocuğa yansıtır. Çocuğun aile içinde tanık olduğu yaşantı örnekleri onun bilinçaltında derin izler bırakır. Bunun bir sonucu olarak da iktisadi ve sosyal beceriler kazanmasına yönelik ilk işaretleri bu ortamda edinir. Ailenin dışa dönük, başarı yönelimli, atak, üretken, tutumlu yaşantısı, çocuk üzerinde erken girişimci eğiliminin yerleşmesine hizmet eder. Küçük yaşta çalışmaya, satış yapmaya, para biriktirmeye ve küçük yatırımlar yapmaya teşvik edilmiş aile ortamlarında, piyasa, rekabet, kazanç elde etme, mücadelecilik olma vb. değerlere ilişkin ilk kazanımlar elde edilir (Aytaç ve İlhan 2007). Bahsi geçen nedenlerden dolayı Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin ebeveynleri incelenmiş ve Çizelge 6.18'de anne ve babanın hayatlarının herhangi bir döneminde girişimcilik faaliyetleri içinde bulunup bulunmadıkları saptanmıştır. Bu bağlamda çizelgeye göre; Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin annelerinin girişim durumu değerlendirildiğinde % 21,6'sının ve babalarının girişim durumu değerlendirildiğinde ise % 68,5'inin hayatlarının belirli bir döneminde girişimcilik faaliyetinde bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çizelge 6.18. Ebeveynlerin Girişim Tecrübeleri

Annenin Girişim Tecrübesi	n	%
Hayır	87	78,4
Evet	24	21,6
Toplam	111	100,0
Babanın Girişim Tecrübesi	n	%
Hayır	35	31,5
Evet	76	68,5
Toplam	111	100,0

Bu durum kadın girişimcilerin çalışma hayatlarında girişimcilik faaliyetlerinde bulunmayı tercih etmelerinde; hayatlarında “öğrenilmiş davranış” biçimi olarak babalarını kendilerine örnek aldıklarını gösterebilir. Literatürde girişimciliği etkileyen faktörlerden birinin anne ve babanın meslekleri olduğu belirtilmekte ve kendi işinde çalışan girişimci ebeveynlerin çocuklarının da benzer şekilde kendi işlerini kurmaya eğilimli oldukları söylenmektedir (Anonim 1987).

Kadın girişimciliğinde ebeveynlerin girişim durumu konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde tespit edilen bulgular aşağıdaki gibidir:

Başol (2010) Bursa'daki kadın girişimcilerin % 69,8'inin babaları ve % 22,6'sının ise anneleri hayatlarının belirli bir döneminde kendi işlerini yürüttüklerini tespit etmiştir. Güney (2006) araştırmasında baba mesleği ticaret ve anne mesleği ev kadınlığı olan kadın girişimcilerin iş kurmayı ilk kez kendilerinin düşündükleri ve ailelerinin iş kurma fikirlerine destek oldukları ifade etmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci ebeveynlerin girişimcilik faaliyetlerinde bulunma durumları, Bursa'daki kadın girişimci ebeveynlerin girişimcilik faaliyetlerinde bulunma durumları ile benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin babaları % 68,5 oranında, anneleri ise % 21,6 oranında hayatlarının belirli bir döneminde girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Ebeveynlerin girişimcilik durumlarının değerlendirildiğinde girişimci kadınlar açısından babanın model girişimci olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

6.3. İletişim Özellikleri

Küreselleşmeyle bütün dünyada büyük bir değişim ve bilgi alışverişi gerçekleşmektedir. Teknoloji, bilgi, bilişim ve iletişim sistemlerinde oluşan değişimler ülkeler arasında yoğun bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Böyle bir ortamda girişimcilerin rekabet gücü kazanabilmeleri, etkin ve etkili bir yapıya kavuşmaları için küresel düşünme yeteneğine sahip olmaları gerekmektedir. Girişimci, olayları ve düşünceleri eleştirel yönden değerlendirebilmeli, sorgulayabilmeli ve öneriler sunabilmelidir. Bu bağlamda girişimci herkesle iletişim kurmalı ve sorunları iletişimle çözme yoluna gitmelidir.

Bu bağlamda bu bölümde; Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin İngilizce bilme, yurt dışına seyahat, internet kullanımı, internet üzerinden araştırma yaptıkları konular, desteklerden haberdar olma durumları irdelenmiştir. Ayrıca kadınların politikayla ilgilenme, siyasete katılım, siyasi parti üyelikleri ve siyasi parti yönetiminde yer alma düzeyleri değerlendirilmiştir.

6.3.1. İngilizce bilen kadınların meslek odalarına göre dağılımları

Günümüzde pek çok şirketin yurt dışına açıldığı bir dönemde özellikle iş hayatında İngilizceyi etkin şekilde kullanmak zorunluluk haline gelmiştir. Bu durum özellikler yurt dışı bağlantılı girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınlar açısından önem arz etmektedir. Küresel iş dünyasında neler olup bittiğini ve fuarları takip eden bir kadın girişimci uluslararası iletişim dili olan İngilizce bilme konusunda kendini yetiştirmesi gerekmektedir.

İngilizce bilme durumlarına göre Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin Çizelge 6.19'da meslek odalarına göre dağılımı gösterilmiştir. Bu dağılıma göre İngilizce bilmeyen kadınların çoğunluğu % 27,9 oran ile Esnaf ve Sanatkârlar Odalarına kayıtlı girişimci kadınlardan oluşmaktadır. Yabancı dil bilme durumuna göre her seviyede İngilizce bilen girişimci kadınların çoğunluğu Ticaret ve Sanayi Odalarına bağlı girişimci kadınlar oluşturmaktadır. Kadınların toplamda % 33,4 ile İngilizce bilmedikleri tespit edilmiştir.

Çizelge 6.19. İngilizce Bilen Kadınların Meslek Odalarına Göre Dağılımı

İlçe	Meslek Odaları (%)		Toplam (%)
	Ticaret ve Sanayi Odaları	Esnaf ve Sanatkâr Odaları	
İyi biliyorum	9,0	1,8	10,8
Orta derece biliyorum	15,3	6,3	21,6
Az biliyorum	12,6	8,1	20,7
Çok az biliyorum	9,9	3,6	13,5
Bilmiyorum	5,5	27,9	33,4
Toplam			100,0

Kadın girişimciliği konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde İngilizce bilmenin girişimciliğe etkisi ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Gözek ve Akbay (2012) Kahramanmaraş'daki kadın girişimcilerin % 69,6'sının yabancı bir dil konuşabildiğini ve % 64,7 ile İngilizce'nin ilk sırada yer aldığını bulgulamışlardır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 33,4'ü İngilizce bilmeyen kadınlardan oluşmaktadır. Bu kadınların % 27,9'u ise Esnaf ve Sanatkarlar Odalarına kayıtlı işletme sahibi kadınlardır. Yabancı bir dil konuşabilme dereceleri Ticaret ve Sanayi Odalarına kayıtlı işletme sahipleri arasında daha yüksek oranda bulunmakta, girişimci adayının iş kurma, işini geliştirme ve araştırma aşamasında çok zorunlu bir gereklilik olmamasına karşın bazı araştırmaların yabancı dilde yayınlanması, özellikle yurtdışı bağlantılı bir iş kuracaksa pazar araştırması yapması ve gelecekte gerçekleştireceği dış ticaret çalışmalarında mail, telefon ve birebir görüşmelerinde İngilizce bilmenin gerekli olacağı kadınlar tarafından ifade edilmiştir. Girişimci için pazar bulma ve yurt dışına açılma konusunda karşılaşılan başlıca sorun yeterli düzeyde İngilizce bilmemektir.

6.3.2. Yurt dışı seyahat

Küreselleşme süreci ile birlikte işlerin yapısında da değişiklikler meydana gelmiş, işletmeler büyüyerek geniş bir coğrafyaya yayılmış, işletmeler arası ilişkiler ve bu ilişkilerin sürdürülmesi birincil derecede önem kazanmıştır. Böylece iş ortamında işletmelerin geliştirilebilmesi, işlerin yürütülebilmesi için özellikle iş seyahatleri ön plana çıkmıştır.

Bu bağlamda uzun iş seyahatleri kadınlar ve özellikle evli kadınlar açısından fazla tercih edilmeyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Muhafazakâr ve tutucu topluluklarda kadının yabancı insanlar ve özellikle de erkekler ile temas kurmalarına hoş gözle bakılmaz ve engellenir. Bu durum girişimci kadınların alım- satımlarını kendi kendilerine yapmalarını kısıtlar. Bununla beraber kadınlar erkekler kadar rahat hareket edememekte, yalnız seyahate çıkmamakta ve iletişim kurmakta zorlanmaktadırlar. Bu durum ise kadınların tecrübelerini kısıtlamakta yeni fikir ürün ve teknoloji öğrenmelerini ve kapasitelerini sınırlamaktadır (Gökalp 2008).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin iş nedeniyle hangi sıklıkta yurt dışına seyahat ettiklerini tespit etmek üzere Çizelge 6.20 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde; kadınların % 58,6'lık oran ile yurt dışına hiç çıkmadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Yurt dışına “nadiren” çıkan kadınların oranı % 13,5 ve “ara sıra” çıkan kadınların oranı ise % 15,3'tür. Bu oran girişimci kadınların yurt dışındaki fuar ve teknolojik yenilikleri takip ettiklerini ortaya koymaktadır. Yurt dışına seyahat sıklığı yoğunlaştığında ise % 8,1 oran ile “sık” ve % 4,5 oran ile “çok sık” yurt dışına çıkan ve işlerini uluslararası pazarlarda yürüten kadınları ortaya koymaktadır ki bu kadınlar işlerini ihracat ve ithalat bağlantılı yürüten işletme sahibi kadınlardır.

Çizelge 6.20. Yurt Dışı Seyahat Durumu

Yurt Dışı Seyahat	n	%
Çok sık	5	4,5
Sık	9	8,1
Ara sıra	17	15,3
Nadiren	15	13,5
Hiç	65	58,6
Toplam	111	100,0

Kadın girişimciliği konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde yurt dışına seyahat durumunun girişimciliğe etkisi ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Şenel (1989) günümüzde kadınların çoğunun (özellikle evli olanların) işleri gereği de olsa kolayca seyahat edememelerinden dolayı dış temas gerektirmeyen işlere yönelmeleri gerektiğine değinmiştir. Aynı şekilde Narin ve arkadaşları da (2006) evli kadınların aile içi sorumluluklarından dolayı seyahat edememelerinden dış bağlantı gerektirmeyen işlere yöneldiklerini vurgulamıştır.

Çakıcı (2006) Mersin'deki kadın girişimcilerin % 19,5'inin yurt dışı iş seyahatine çıktığını tespit etmiştir. Bu kadınların çoğu mal almak, çok azı da fuarlara katılmak amacıyla iş seyahatine çıktığını belirtmiştir. Araştırmaya göre bu oranın; malzeme, araç-gereç temini ve mal satın alımında büyük ölçüde eşler ve babalardan destek alınmasından dolayı düşük çıktığı belirtilmiştir. Başol (2010) Bursa'daki kadın girişimcilerin yoğun iş programları, yurtiçi ve yurtdışı seyahatleri, zaman kısıtlarından dolayı anket çalışmasına sıcak bakmadıkları tespit edilmiştir. Hancı (2004) çalışmasında kadın girişimcilerin öykülerine yer vermiştir. Sadece yurtdışı pazar için üretim yapan bir firma olan işletme sahibi kadın girişimci olarak acilen yurtdışına çıkması gerektiğinde girişimcinin annesinin işlere yardımcı olduğunu tespit etmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yurt dışına seyahat durumları değerlendirildiğinde % 58,6 ile yarıdan fazlasının hayatları boyunca yurt dışına hiç çıkmadıkları tespit edilmiştir. Tekirdağ'daki bu durum Mersin'deki kadın girişimciler ile benzeşmiş ancak Bursa'daki kadın girişimcilerden farklılık göstermiştir. Tekirdağ'daki kadın girişimciler iş hayatları boyunca yeni pazar ve ürün tasarımlarını tanımak ve üretim teknolojileri hakkında bilgi edinmek için rahat seyahat edebilme olanakları bulamadıklarını ifade etmişlerdir. Bu bulgu kadınların yurt dışındaki yenilikleri takip edemediklerini ve işlerini uluslararası pazarlarda yürütemediklerini ortaya koymaktadır.

6.3.3. İnternet kullanımı

Araştırma ve geliştirme sürecinin en önemli olan ilk adımı bilgiye ulaşımın sağlanmasıdır. Kütüphanelerdeki kaynakları taramak şeklinde gerçekleşen geleneksel araştırma yöntemleri, bilgi ve internet teknolojilerinin gelişmesi ile internet üzerinden etkin olarak yapılmaya başlanmıştır.

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin interneti kullanım durumları tespit edilmiş ve Çizelge 6.21 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre; girişimci kadınların % 14,4'ünün interneti kullanmadığı, % 85,6'sının ise interneti kullandığı ve internet üzerinden araştırma yaptığı tespit edilmiştir.

Çizelge 6.21. İnternet Kullanımı

İnternet araştırması	n	%
Hayır	16	14,4
Evet	95	85,6
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 85,6 oranında büyük çoğunluğu interneti kullandıklarını ve internet üzerinden araştırma yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu oran bilgisayar kullanmayı bildiklerini ifade eden girişimci kadınların aynı zamanda internet üzerinden araştırma yaptıklarını destekleyecek nitelikte benzeşmektedir. Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu bilgisayar kullanmayı bilmekte ve internet üzerinden araştırma yapmaktadırlar. Bu durum kadınların kendilerini geliştirmeye açık olduğunun göstergesidir.

6.3.4. İnternet üzerinden araştırma yapılan konular

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin internet üzerinden ne tür araştırmalar yaptıklarını tespit etmeye yönelik olarak hazırlanan çizelgede yüzdeler dağılımları verilmiştir. Kadın girişimcilerin internet üzerinde hangi konularda araştırma yaptıklarını tespit etmek üzere 10 farklı seçenek sunulmuş ve kendilerinden uygun gördükleri birden fazla seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Değerlendirme sonucunda Çizelge 6.22 oluşturulmuş ve çalışmaya konu olan 111 kadın birden fazla seçeneği işaretleyerek ve N değerini 434 olarak

oluşturmuşlardır. Kadın girişimciler internet üzerinde hangi konularda araştırma yaptıklarını ifade etmişler ve buna göre % 13,6'lık oran ile “kurs, eğitim, toplantı ve fuar” konularında yaptıkları araştırmalar ilk sırayı almıştır. Sonrasında sıra ile % 13,4'lük oran ile “fiyat kıyaslama ve piyasa değerlendirmesi” ve % 12,2'lik oran ile “haber, ekonomi ve siyaset” konularında yaptıkları internet kaynaklı araştırma seçenekleri kadın girişimciler için öncelikli araştırma konuları olarak sıralanabilir. “Araştırma projeleri, patent ve bilimsel yayınlar” araştırmak için internete giren kadınların oranı % 6,2, “yasal düzenlemeler ile ilgili bilgiler” araştırmak için internete giren kadınların oranı ise % 7,6 dır.

Çizelge 6.22. İnternet Üzerinden Araştırma Yapılan Konular

İnternet üzerinden ne tür araştırma yaparsınız	n	%
Kurs, eğitim, toplantı, fuar...	59	13,6
Fiyat kıyaslama ve piyasa değerlendirmesi	58	13,4
Haber, ekonomi ve siyaset	53	12,2
Alışveriş, sağlık, spor, tatil...	50	11,5
Müşteri ve üretici arama	43	9,9
Kamu yardımları ve destekler	38	8,8
Teknoloji ve bilim	37	8,5
Edebiyat, kültür ve sanat	36	8,3
Yasalar ve düzenlemeler ile ilgili bilgiler	33	7,6
Araştırma projeleri, patent ve bilimsel yayınlar	27	6,2
Toplam	434	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin internet üzerinden araştırma yaptıkları konuların başında % 13,6'lık oran ile kurslar, eğitimler, toplantılar, fuarlar gibi faaliyetler ilk sırada tespit edilmiştir. Kadınların yaptıkları iş ile ilgili piyasa değerlendirmesi ve fiyat kıyaslamaları % 13,4'lük oran ile ikinci sırada; haber, ekonomi ve siyaset takibi ise % 12,2'lik oran ile üçüncü sırada tespit edilmiştir.

6.3.5. Desteklerden haberdar olma

Günümüzde devlet destekleri denilince; KOSGEB, İŞKUR, TÜBİTAK Ar-Ge, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı destekleri ve Kalkınma Ajanslarının sağladığı destekler gibi girişimciler için çok çeşitli kurum ve kuruluş destekleri mevcuttur. Bunlar içinde kadınların % 67 oranında haberdar oldukları tek destek kaynağı KOSGEB destekleridir. Geriye kalan kurumlarla ilgili olarak haberdar olma oranları % 40'ın altındadır. İŞKUR ve TÜBİTAK'ın sağladığı desteklerden haberdar olanların oranı % 30'larda iken, diğer kurumların desteklerinden haberdar olma oranı, kalkınma ajansları dışında genel olarak % 20'ler düzeyindedir. En düşük sayılabilecek % 19 oranında haberdar olunan kamu kurumunun kalkınma ajansları olduğu görülmektedir. Bu oranın düşük olmasının sebebi Kalkınma Ajanslarının diğer kurum ve kuruluşlara göre daha yeni oluşuyla bağlantılı olabileceği düşünülmektedir (Anonim 2011b).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kendi işlerini yapmaya karar veren veya girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınlara yönelik desteklerden haberdar olup olmama durumları değerlendirilmiş ve Çizelge 6.23 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre kadın girişimcilerin % 34,2'sinin desteklerden haberdar olmadıkları, % 65,8'inin ise kadınlara yönelik verilen hibe ve desteklerden haberdar olduklarını tespit edilmiştir.

Çizelge 6.23. Desteklerden Haberdar Olma Durumu

Desteklerden haberdar olma	n	%
Haberdar oluyorum	73	65,8
Haberdar olmuyorum	38	34,2
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin desteklerden haberdar olma durumları değerlendirilmiş ve % 65,8 oranında araştırmaya katılan kadınların yarısından fazlasının verilen desteklerden haberdar oldukları tespit edilmiştir.

6.3.6. Politikayla ilgilenme durumu

Kadınların haklarına erişiminin olmadığı ya da sınırlı olduğu bir durumda siyasi hakları da etkilenmektedir. Aynı zamanda karar verme ve politika yapma süreçlerine katılımları da sınırlı olduğundan ihtiyaçlarını ifade edip talep edememekte ve gerçekleşmesini sağlayamamaktadırlar. Kadınların ihtiyaçlarının yine kadınlar tarafından ifade edilmesinin önemi ve gücü iletişime dayanmaktadır. Kadınların günlük hayatlarında kadın oldukları için tecrübe ettikleri ve ihtiyaç duydukları konuları çözümleri ile birlikte ifade edebilmeleri kadınların politika ile ilgilenme düzeylerini artıracaktır (Anonim 2011c).

Bu bağlamda girişimci kadınların politika ile ilgilenme durumları değerlendirilmiş ve Çizelge 6.24 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre kadınların % 62,2'sinin politika ile ilgilenmedikleri, % 37,8'inin ise politika ile ilgilendikleri ve güncel politik gündemi yakından takip ettikleri tespit edilmiştir.

Çizelge 6.24. Politikayla İlgilenen Girişimci Kadınların Dağılımı

	n	%
Hayır	69	62,2
Evet	42	37,8
Toplam	111	100,0

6.3.7. Siyasete katılım

Toplumun büyük bir çoğunluğu fırsat eşitliğine inanmakta ve siyasete katılımında kadın veya erkek olmanın fark etmediği ifade edilmektedir. Genel anlamda toplumun kadının siyasete katılımını desteklediği, kadınların siyaseti erkekler kadar iyi yapabileceklerine inandıkları görülmektedir. Eğitim düzeyi arttıkça kadınların siyasete katılımının artması ve kadınların ekonomi, dış politika gibi her türlü konuyu anlayabileceklerini savunanlar artmaktadır (Anonim 2011c).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerden siyasete katılımı olan kadınların katılım düzeyleri değerlendirilmiş ve Çizelge 6.25 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde; kadınların büyük çoğunluğunu oluşturan % 64 oranında kadının siyasete hiç katılmadıkları, % 8,1 oranında kadının siyasete katılımının zayıf düzeyde olduğu, % 18 oranında kadının siyasete orta

düzeyde katılım sağladıkları ve % 9,9 oranında kadının ise aktif siyaset içinde yer aldıkları tespit edilmiştir.

Çizelge 6.25. Siyasete Katılımı Olan Girişimci Kadınların Dağılımı

	n	%
Aktif	11	9,9
Orta	20	18,0
Zayıf	9	8,1
Hiç	71	64,0
Toplam	111	100,0

6.3.8. Siyasi partiye üye olma

Türkiye’de kadınların karar verme süreçlerine katılımının önündeki önemli sorunlardan biri partilerin aday gösterdikleri insanların meclise seçilmeleri ve erkek egemen parti üyelerinin kadın adayları tercih etmemeleri, kadınların mecliste yer almaları önünde ciddi bir engel oluşturmaktadır (Anonim 2011c).

Tekirdağ’daki kadın girişimciler arasında siyasete katılımı olan kadınlardan herhangi bir siyasi partiye üye olan kadınların durumu değerlendirilmiş ve Çizelge 6.26 oluşturulmuştur. Çizelgedeki verilere göre kadınların % 82,9’unun herhangi bir siyasi partiye üye olmadıkları, % 17,1’inin ise herhangi bir siyasi partiye üye oldukları tespit edilmiştir.

Çizelge 6.26. Herhangi Bir Siyasi Partiye Üye Olma Durumu

	n	%
Hayır	92	82,9
Evet	19	17,1
Toplam	111	100,0

6.3.9. Siyasi parti yönetiminde yer alma

Toplumda bireyler hangi partiye oy veriyor olursa olsunlar, seçmenler için milletvekili veya belediye başkanı aday olarak bir kadının gösterilmesinin olumsuz bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Seçimlerde kadın aday bulunması seçmenlerin yarısından fazlasının kararını etkilemeyen bir unsurdur (Anonim 2011c).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerden siyasi parti yönetiminde yer alma düzeylerini değerlendirmek üzere Çizelge 6.27 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde; kadınların % 10,8'inin siyasi parti il veya ilçe teşkilatlarında görev aldıkları ve siyasi parti yönetiminde söz sahibi oldukları ancak büyük çoğunluğunu teşkil eden % 89,2'sinin ise herhangi bir siyasi parti yönetiminde yer almadıkları tespit edilmiştir.

Çizelge 6.27. Siyasi Parti Yönetiminde Yer Alan Girişimci Kadınların Dağılımı

	n	%
Hayır	99	89,2
Evet	12	10,8
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin politika ile ilgilenen ve politik gündemi yakından takip eden kadınların oranı % 37,8 olarak tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin % 64 oran ile kadınların yarısından fazlasının herhangi bir siyasi katılım içinde bulunmadıkları, % 82,9 oran ile büyük çoğunluğunun herhangi bir siyasi partiye üye olmadıkları, % 89,2 oran ile büyük çoğunluğunun herhangi bir siyasi parti yönetiminde yer almadıkları tespit edilmiştir.

6.4. İşletme Özellikleri

Girişimcilik denince sadece yeni bir organizasyon kurma, yeni bir işletme kurma ya da yeni bir teşebbüs başlatma anlaşılmalıdır. Yeniliklerin ortaya çıkması, yeni istihdam yaratılması, yeni işletmeler kurulması ve ekonomik büyümenin ve toplumun refah seviyesinin artması bakımından girişimciliğin ekonomik ve sosyal hayatta oynadığı rol birkaç yüzyıldır bilinmektedir (Ağca ve Yörük 2006).

Globalleşme olgusuyla birlikte dünya işletmeleri ile küçük işletmeler rekabet etmek zorunda kalmışlardır. Bu işletmeler başarılı olabilmek için yeni rekabet ortamına ayak uydurabilmek, düşük maliyetli ve kaliteli üretim yapabilmek, tüketici tercihlerini yerinde ve zamanında tespit edebilmek ve bu yeni piyasalardan pay elde edebilmek için çalışmaktadırlar (Aykan 2004).

Gelişmiş ülkelerde bilgi temelli ekonomiye doğru geçiş küçük işletmelerin etkinliğini artırmaktadır. Küçük işletmelerde genellikle bir kişi veya küçük bir grup işletme hakkındaki kararları ve işletmenin geleceğini şekillendirirken büyük işletmelerde işletme sahipleri ve işletme yöneticileri farklı rollere sahiptir. Küçük işletmelerin yöneticileri çoğunlukla o işletmelerin sahipleridir. Küçük işletme sahipleri hem özel durum riski ile karşı karşıyadır, hem de piyasa riskine karşı büyük işletmelere göre daha duyarlıdır. Bu nedenle küçük işletme sahiplerini girişimci olarak nitelenebilir. Ekonomilerde teknoloji ile birlikte gelen değişim küçük işletmelerin ve beraberinde girişimciliğin önemini artırmıştır. Küçük işletmelerin büyük çoğunluğunun sahipleri aynı zamanda yöneticileridir. Hem yöneticisi hem de sahibi aynı kişi olan işletmeler içinde bayilikler, esnafliklar ve serbest meslek sahipleri bulunmaktadır (Işık ve ark. 2011). Kadın girişimci işletmelerin büyük çoğunluğu da küçük işletmelerden oluşmaktadır.

Bu bölümde; Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin sermaye temini, işletmelerin yapısı, kuruluş yılı, kuruluş yöntemleri, çalışan sayısı, pazar durumları, işletme gelirleri, bilgisayar kullanımı, web sitesi varlığı, desteklerden yararlanma durumları tespit edilmiştir. İşletme ile ilgili gelecek planları, işletmeleri kurma ve işletme faaliyetlerini yürütme aşamalarında karşılaşılan sorunlar irdelenmiştir.

6.4.1. Sermaye temini

Türkiye'deki kadın girişimciler; ilk deneyimi olarak yeni kurulmuş bir firmanın başında kendisi ve birkaç çalışanı olan, perakende ticaret veya bir hizmet işletmesinin sahibi ve ilk işe başlama sermayesi kişisel tasarrufları ile sahip olduğu varlıklar olan kadınlardır. Buna karşılık modern kadın girişimcilerin özellikleri ise; işletme yönetimi ve teknik konularda eğitilmiş olan, erkeklerin yoğun olduğu kesimlerde çalışan ve geleneksel kadın rolü girişimci olmalarında daha az engelleyici bir faktör olarak ön plana çıkan kadınlardır (Soysal 2010a).

Modern kadın girişimciler sermaye temininde devlet desteklerinden yararlanma yolları aramakta ve ortaklı işletme kurma konusunda bilgi birikimine sahip olmaktadır.

Finansal sermayenin mevcut olması girişimcilik süreci için oldukça önemlidir. Kadın girişimcilerin önündeki en büyük engelin mali güçlerinin yeterli düzeyde olmaması şeklinde açıklanmıştır. Bu bağlamda kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile banka kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilmiştir (Soysal 2010a).

Bedük (2005); artan nüfus için yeni iş yaratma maliyetlerinin çok yüksek ve teknolojik ilerlemeler sonucu oldukça az sayıda iş gücüne gerek gösteren sermaye yoğun yatırımların ağırlıklı olduğu var olan ekonomik düzende, kadın girişimcilere kendi işlerini kurmaları konusunda verilecek desteklerin çeşitli yararlar sağlayabileceğini ifade etmiştir.

Greve ve Salaff (2003); özellikle küçük girişimlerin aile şirketi olma özelliği ve kadınların girişimcisi olduğu aile şirketleri üzerine İtalya'da yapılan çalışmalarda işe başlama aşamasında kadın girişimciler için sermaye temininde aile ve akrabalığın önemli yerinin olduğu belirtilmiştir. Barbieri (2003); kadın girişimcilerin kendi mallarını ve hizmetlerini üretebilmek için tamamlayıcı kaynaklara gereksinim duyduklarını ve özellikle iş kurma aşamasında akrabaların kadın girişimciler için önemli sermaye sağlayıcı kaynaklar olduğunu vurgulamıştır.

Girişimciler iş sürecini planlamak ve iş ile ilgili kararlarına destek almak için arkadaş, akraba gibi sosyal destek mekanizmalarını harekete geçirebilirler. Bu boyutta ele alındığında sosyal sermaye, girişimcilerin amaçlarına erişmesini kolaylaştıran ilişki kaynaklarıdır. Bu bağlamda sosyal sermaye kadın girişimcilerin; iş kurma ve işi sürdürme aşamalarında kullandıkları ve sosyokültürel ilişkiler yoluyla edinilmiş kaynaklar bütünüdür (Yetim 2008).

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilere işlerini kurarken sermayelerini nasıl temin ettikleri sorulmuş ve Çizelge 6.28'deki değerler elde edilmiştir. Bu değerlere göre iş kurma aşamasında kadın girişimcilerin % 29,7'si kendi birikimleri ile % 45'i aile veya akrabalarından temin ettikleri destekler ile % 2,7'si ortağından aldığı maddi destek ile % 18'i

banka kredilerini kullanarak, % 2,7'si hibe olarak ve % 1,8'i ise üçüncü şahıslara borçlanarak serbest çalışma hayatına başlamışlardır.

Çizelge 6.28. İşletme Kurma Aşamasında Sermaye Temin Kanalları

Sermaye temini	n	%
Aile ve akrabalar	50	45,0
Kendi birikimi	33	29,7
Banka kredisi	20	18,0
Ortak	3	2,7
Destekler (Hibe/Teşvik)	3	2,7
Üçüncü şahıslar	2	1,8
Toplam	111	100,0

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde kadınların sermaye temini ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Yetim (2008); Mersin'deki kadın girişimcilerin işletme kuruluş sermayesini sağlama kaynakları olarak kurumsal kaynaklı krediler kullanmak yerine % 54 oranında kendi öz kaynakları ve eşlerinden aldıkları yardımlar aracılığıyla işlerini kurduklarını tespit etmiştir. Kadınların % 27'sinin akrabalarından maddi destek aldıkları bulgulanmıştır. Mersin'deki kadın girişimciler % 10,7 oranında banka kredisi kullanmış, % 7,1 oranında ise emeklilik ikramiyelerini değerlendirerek girişimci olmaya yönelmişlerdir.

Soysal (2010a) Kahramanmaraş'daki kadın girişimcilerin % 31,7'sinin işletmesini öz sermaye ile % 26,7'sinin ise aile ve akrabalarına borçlanarak, % 20'sinin ticari borçlanma veya iş tazminatı yolu ile % 10'unun kendi birikimleri ile % 8,3'ünün ortaklık şeklinde ve % 3,3'ünün ise emekli ikramiyesini kullanarak işletmesinin finansmanını sağladıklarını tespit etmiştir.

Aykan (2004) Kayseri'deki kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken % 49,6 oran ile kendi birikimlerini kullandıklarını bulgulanmıştır. Çakıcı (2006); Mersin'deki kadın girişimcilerin işe başlangıç sermayesinin en önemli kaynağı eş, aile ve akrabalar olduğunu

bulgulanmıştır. Çakıcı (2002) Mersin'deki kadın girişimcilerin işlerini daha çok yalnız başlarına kurduklarını ve başlangıç sermayelerini ise daha çok aile ve akrabalarından temin ettiklerini tespit edilmiştir. Çelik ve Özdevecioğlu (2001); Nevşehir'deki kadın girişimcilerin kendi sermayeleri ile işlerini kurdukları belirlemiştir.

Tespit edilen diğer araştırma bulgularından Greve ve Salaff'ın İtalya'daki kadın girişimciler ve Çakıcı'nın Mersin'deki kadın girişimciler ile benzerlik gösteren Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin iş kurma aşamasında sermaye temininin % 45'lik oran ile aile ve akrabalarından sağlanmaktadır. Kendi birikimlerini % 29'luk oran ile ikinci sırada kullanan girişimci kadınlar hibe, teşvik gibi devlet desteklerinden yararlanarak veya kuruluş sermayesini ortağından temin ederek ortak işletme kurma yoluna gitmemektedirler. Geleneksel kadın girişimciler tanımına uyan bu kadınlar işletmelerini kurma aşamasında karşılaştıkları önemli bir sorun olarak gördükleri sermaye teminini öncelikli olarak aile ve akrabalarından sağladıklarını ancak çeşitli zorluklarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin öncelikle aile ve akrabalarından işletme kuruluş sermayesi temin etmeleri, kadınların giriştikleri işte başarısız konuma düşmeleri durumunda geri ödemeye mecbur kalacakları borç yükü altına girmeyi risk olarak gördüklerinden kaynaklanmaktadır.

6.4.2. Aile ve akrabalarından sermaye temini

Kadınlar için özellikle iş kurma aşamasında aile ve akrabalık bağlantıları önemli sosyal destek mekanizmaları olmasına karşın, kadın girişimcilerle yapılan görüşmelerde eşin ailesinin işi kurmaya yönelik olarak destekleyici değil engelleyici müdahalelerinin de olabileceği belirlenmiştir. Kadın girişimciler eşlerinin ailelerinin iş kurmayı erkek egemen bir alanda statü ve prestij kaybı olarak değerlendirdiğini vurgulamışlardır. Bu nedenle kadın girişimciliğine ilişkin aile, hem iş kurmayı kolaylaştıran hem de engel olabilen bir sosyal sermaye kaynağı olabilmektedir. Aile ve özellikle evli girişimciler için eşler, işletmenin kuruluş aşamasında ve kadının girişimcilik kararında önemli sosyal sermaye kaynaklarıdır. Araştırmada kadınlar kişisel karakteristiklerini girişimci nitelikleriyle bütünleştirebilmekte; yenilikçilik, yaratıcılık gibi girişimsel değerler kadınların iletişim yetenekleri ve problem çözme becerileriyle pekiştirilmektedir (Yetim 2008).

Kadın girişimciler işletmelerini kurma aşamasında en fazla desteği aile ve akrabalarından almalarına karşın yine de sermaye temininde çeşitli derecede zorluklarla karşılaşmışlardır. Bu zorluk dereceleri değerlendirilip gruplandırıldığında Çizelge 6.29 oluşturulmuştur. Çizelgedeki veriler değerlendirildiğinde sermaye temininde kadınların % 10,8'inin hiç zorlanmadıkları, % 27'sinin kısmen zorlandıkları, % 32,4'ünün orta derece zorlandıkları, % 19,8'inin oldukça zorlandıkları ve % 9,9'unun çok zorlandıkları tespit edilmiştir.

Çizelge 6.29 Aile ve Akrabalardan Sermaye Temininde Zorlanma Durumu

Sermaye temini	n	%
Çok zorlandım	5	9,9
Oldukça zorlandım	10	19,8
Orta derece zorlandım	16	32,4
Pek zorlanmadım	14	27,0
Hiç zorlanmadım	5	10,8
Toplam	50	100,0

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde kadınların sermaye temininde karşılaştıkları zorluklar ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir.

Gökakın (2000); girişimci kadınların işlerini kurarken sermayeyi genellikle kişisel ve ailevi tasarruflardan sağladıkları belirlenmiştir. Fakat özellikle küçük işletmelerin kuruluş ve genişleme aşamasında girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak kadınlar için gerekli ve yeterli sermayenin eksikliği ya da bulunamayışı, onların önünde oldukça önemli bir engel olarak görülmüştür.

Yetim ve Tatlıdil (2004) Adana ve Mersin'deki kadın girişimcilerin iş kurma sermayesini kadının kendi öz kaynakları ve zor da olsa akraba, arkadaş yardımı gibi informal kaynaklarla ile sağladıklarını, buna karşın banka kredisi gibi formel kaynaklardan yararlanmanın ise kadınlara göre çok daha zorluk içerdiği için sınırlı olduğunu tespit etmiştir.

Tespit edilen diğerk bulgular ile benzerlik gösteren Tekirdağ'daki iş kuracak kadın girişimcilerin öncelikli olarak aile ve akrabalarından kuruluş sermayesi temin etmeye çalışmaları kadınlar açısından çeşitli zorluklar içermektedir. Girişimcilik faaliyetlerine aile ve akrabalarından sağladıkları sermaye ile başlayan kadınlar; aile ve akrabalarını ikna etme, kuracakları işletme ile başarılı gösterecekleri konusunda kurdukları iletişimlerde büyük oranda zorlandıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda aile ve akrabalarından sermaye temin eden yani geleneksel kadın girişimciler tanımına uyan kadınların işletmelerini kurma ve sonrasında yürütme aşamasında karşılaştıkları ve karşılaşacakları her türlü finansal sorunda aile ve akraba desteği aramaları kadınların işlerinde ilerlemelerini zorlaştıran unsurlardır. Kadınların bu sorunu aşması, modern kadın girişimciler gibi iş fikri olan kadınlara finansal kaynaklar konusunda çeşitli kurum ve kuruluş destekleri ve kredi imkânlarından faydalanma konularında eğitimler, toplantılar, seminerler gibi bilgilendirme faaliyetleri ile sağlanabilir.

6.4.3. İşletme yapısı

Şahıs İşletmeleri: Tek bir şahıs tarafından kurulur. Borçlar Kanunu hükümlerine tabidir. Sermayesi, tek başına açılan bir şahıs işletmesinde belirli bir sermaye belirleme zorunluluğu yoktur. İşletmenin sahibi aynı zamanda işletmenin yöneticisidir. İşletme sahibi borçlu olduğu kişilere tüm mal varlığı ile sorumludur.

Limited Şirketler: En az 1 en fazla 50 ortak ile kurulabilirler. Sermayesinin en az 10 bin TL olması zorunludur. Ortaklar şirket borçlarından sorumlu değildir. Kural olarak ortak sadece taahhüt ettiği sermaye payını ödemekle yükümlüdür. Şirketin yönetimi ve temsili müdürler tarafından yapılmaktadır. Şirkete müdürlük görevi için ortaklardan biri veya bir kaç ya da üçüncü kişilerde seçilebilir. Fakat en azından bir ortağın şirkette müdürlük yetkisinin bulunması zorunludur. Ayrıca tüzel kişilerde müdür olarak seçilebilmektedir. Şirketin borçlara karşı sorumluluğu sadece malvarlığı ile sınırlıdır (Değirmenci 2012).

Anonim Şirketler: En az bir gerçek veya tüzel kişi ortak ile anonim şirket kurulabilir. Ortak sayısında maksimum sınır yoktur. Anonim şirket sermayesinin 50.000 TL'den aşağı olamayacağını hüküm altına alınmıştır. Şirket Yönetiminde tek kişilik yönetim kurulu mümkündür ancak yönetim kurulu üyeleri tek kişi bile olsa ortaklar dışından seçilebilir. Ortaklar sadece taahhüt ettikleri sermaye ile şirkete karşı sorumludurlar (Değirmenci 2012).

Kollektif Şirketler: Pek yaygın olmayan bir şirket türüdür. Ortakların kişisel emek ve gayretlerinin önem kazandığı işletme türüdür. Bununla birlikte şirkete ortak olan kişilerin, şirketin borçlarından ötürü tüm malvarlıkları ile sorumlu olmaları, sınırlı sorumluluğun hakim olduğu limited ve anonim şirketlere karşı kollektif şirketlerin en zayıf noktasını teşkil etmektedir. Asgari bir sermaye koyma zorunluluğu da yoktur. Kollektif şirket ortakları birbirine güveni olan kimseler arasında kurulur (Değirmenci 2012).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere ait işletmelerin yapısı incelenmiş ve Çizelge 6.30 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde; şirketlerin % 67,6'sı şahıs şirketi statüsünde, % 24,3'ü limited şirket statüsünde, % 4,5'i anonim şirket statüsünde ve % 3,6'sı kolektif şirket statüsünde oldukları tespit edilmiştir.

Çizelge 6.30. İşletmelerin Yapısı

İşletme Statüsü	n	%
Anonim	5	4,5
Limited	27	24,3
Şahıs	75	67,6
Kolektif	4	3,6
Toplam	111	100,0

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde işletme statülerinin girişimciliğe etkisi ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Erdem'in (2001) araştırmasına göre; işletmelerin hukuki yapısı çoğunlukla limited şirket statüsündedir. Girişimcilerin faaliyette bulunduğu girişim alanı daha çok ticarettir. Soysal'ın (2010a) çalışmasındaki kadın girişimcilerin sahibi oldukları işletmelerin hukuki türleri ile ilgili bulgulara bakıldığında; % 56,7'si gibi büyük bir kısmının tek kişi işletmesi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca % 18,3'ünün adi ortaklık, % 15'inin diğer hukuki özelliklere sahip işletme türü, % 8,3'ünün limited şirket ve % 1,7'sinin ise anonim şirket olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre kadın girişimcilerin işletmelerinin sermaye şirketlerinden çok şahıs işletmesi niteliğinde olduğu ve özellikle mikro ve küçük işletme büyüklüğünde kuruldukları tespit edilmiştir. Aykan'ın (2004) araştırmasında cevapları değerlendirmeye alınan 117 girişimcinin işletmelerinin % 41,9'u anonim şirket, % 45,3'ü limited şirket

statüsündedir. İşletmelerdeki personel sayıları bu işletmelerin daha çok küçük ve orta boy işletmeler olduklarını göstermektedir. Erdem'in (2001) araştırma sonuçlarına göre; girişimcilerin % 70,3'ü işletmelerini bağımsız olarak (bayii, yavru şirket, şube) kurmuşlardır. İşletmelerin % 72,2'si limited şirket, %13,2'si anonim şirket, %12,2'si ise şahıs şirketi statüsündedir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin yapısının % 67,6 oranında şahıs şirketi statüsünde olması kadınların küçük çapta girişimcilik faaliyetlerinde bulduklarının göstergesidir. Bu bağlamda diğer araştırma bulgularını destekler nitelikte Tekirdağ ilindeki kadın girişimci işletmelerin de sermaye şirketlerinden çok şahıs işletmesi niteliğinde olduğu ve özellikle mikro ve küçük işletme büyüklüğünde kuruldukları tespit edilmiştir.

6.4.4. Kuruluş yılı

Tekirdağ ili araştırma bölgesi içindeki araştırmada yer alan girişimci kadınların işe başlama yılları itibari ile gruplandırma yapılmış ve Çizelge 6.31 oluşturulmuştur. Çizelge incelendiğinde; 1990 yılı öncesi serbest çalışma hayatına atılan kadınların oranı % 13,5; 1991-2000 yılları arası serbest çalışma hayatına atılan kadınların oranı % 12,6 ve 2001-2012 yılları arasında serbest çalışma hayatına atılan kadınların oranı ise % 73,9 olarak tespit edilmiştir. Bu oranlar değerlendirildiğinde kadınlar arasında son yıllarda girişimcilik faaliyetlerine başlayan kadın sayısında yükselme olduğu, özellikle genç nüfusun girişimci zihniyet olarak risk almaya daha yatkın ve cesur kişilik özelliklerinde olduğu sonucuna varılmaktadır.

Çizelge 6.31. Kadınların İşe Başlama Yılı Dağılımı

İşe başlama yılı	n	%
-1990	15	13,5
1991-2000	14	12,6
2001-	82	73,9
Toplam	111	100,0

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde kadınların işe başlama yılları ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir.

Gökakın'ın (2000) çalışmasında; kadın girişimcilerin 1980 ve özellikle 1990 yıllarından sonra iş yaşamına daha önemli oranda katıldığı ifade etmiştir. 1980'li yıllar gerek batılı ülkelerin birçoğunda, gerekse ülkemizde liberal ekonominin ve girişimcilik kültürünün benimsendiği yıllar olarak anılması bu sonuçları destekler niteliktedir. Çakıcı'nın (2006) araştırmasına göre; Mersin'deki kadın girişimcilerin % 51'i işlerini 1990 ile 2000 yılları arasında kurmuşlardır. Kadınların eğitim düzeylerinin yükselmesi, artan işsizlik, kamu ve özel sektörde istihdamın sınırlı olması sonucu ilde 2000 yılından bu yana kurulan işletmelerin oranı % 40,5'dir. Yetim'in (2008) araştırma kapsamında yer alan kadın girişimciler % 85,7 oran ile işletmelerini belirgin olarak 1991 ve 2004 yılları arasında kurmuşlardır. Türkiye'de bu yıllardan itibaren kadınların aktif olarak yer alabileceği hizmet ve ticaret sektörünün gelişmesi ve çeşitlenmesi, işletmelerin kuruluşunu ve kadınların girişimci olmasını etkileyebilir. Kadınlar kendi işlerini kurmanın öncesinde yaklaşık olarak % 59 oranında kurdukları işle bağlantılı olarak ücretli çalışmışlardır. Soysal'ın (2010a) araştırması kapsamındaki kadın girişimcilerin işletmelerinin kuruluş tarihleri ile ilgili verilere bakıldığında, % 63,3'ü gibi önemli bir kısmının 2000 yılı ve sonrasında kurulduğu görülmektedir. Diğer taraftan işletmelerin % 25'inin 1990-1999 yılları arasında ve % 11,7'sinin ise 1980-1989 yılları arasında kuruldukları belirlenmiştir. Bu verilere göre kadın girişimcilerin 1980 ve özellikle 1990 yıllarından sonra iş yaşamına daha önemli oranda katıldığı söylenebilir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin kuruluş yıllarına göre kadınların işe başlama zamanları diğer araştırma bulgularını destekleyecek nitelikte tespit edilmiş ve % 73,9 oranında girişimci kadın işletmesinin 2001 yılından sonra kurulduğu bulgulanmıştır.

6.4.5. Kuruluş yöntemleri

Tekirdağ'da yer alan kadın girişimci işletmelerini nasıl kurdukları incelenmiş ve Çizelge 6.32 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre; kadınların % 20,7 oranında aile şirketlerinin yönetimini devralarak, % 9 oranında işletmeyi daha önceki sahibinden devralarak ve % 70 oranında ise yeni bir işletme kurarak serbest çalışma hayatına atıldıkları tespit edilmiştir.

Çizelge 6.32. Kadınların İşletmelerini Kuruş Yöntemleri

İşletme kuruluşu	n	%
Aile şirketi	23	20,7
İşi daha önceki sahibinden devraldım	10	9,0
Yeni bir işletme kurdum	78	70,3
Toplam	111	100,0

Anket sorularına yanıt veren kadın girişimciler her ne kadar yeni bir işletme kurduklarını beyan etseler de anket sonrası sohbet esnasında çevrelerinden (eş, dost, akraba, vb.) önemli oranda maddi ve manevi destek gördüklerini ifade etmişlerdir. Buna göre kadın girişimcilerin aile dışı ortaklardan çok aile ve eş desteği ile işletmelerini kurdukları ifade edilebilir. Bunun temel nedeni olarak ise, ailenin yakınlığı, ailenin her koşulda kendisine destek olacağı yönündeki inancı, aile dışı kişilere karşı güvensizlik hissinin olması, tecrübesizliğin aileye pahalıya mal olmaması için girişimcilik yapacak kadının aile tarafından kontrol altında tutulmak istenmesi olarak sıralanabilir.

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde kadınların işletme kuruş yöntemleri ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Sayın'ın (2011) araştırmasına göre; anket uygulanan kadın girişimcilerin % 82,3'ü var olan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesi durumunda, % 79,4'ü var olan bir işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesi durumunda, % 82,3'ü bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi durumunda ve % 94,3'ü ise yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesi durumunda Aydın İş Kadınları Derneği'nin verdiği desteklerin kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğini düşünmektedirler.

Soysal'ın (2010a) çalışmasında kadın girişimcilere "işletmeyi tek başınıza mı yoksa bir ortakla mı kurdunuz" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Kadın girişimcilerin % 38'ü işletmeyi tek başına kurduğunu belirtmiştir.

Ersoy'un (2010) araştırmasında ankete katılan deneklerden kırsaldan gelenlerin % 46,3'ü işletme konusunda daha yenilikçi, yaratıcı ve teknolojik alanları tercih ettiklerini ifade ederken, şehir merkezlerinde yaşayanlarda bu oran % 72,8 olarak tespit edilmiştir. Kırsaldan gelenlerin % 51,3'ü işletme kurma aşamasında çevrenin etkisini dikkate alırken, şehir merkezi

kökenlilerde bu oran % 31,8 olarak; kırsal kökenlilerin % 68,7'si işletme kurmada dini inançlarının etkisi olacağını düşünürken şehir merkezi kökenlilerde bu oran % 36,4 olarak bulgulanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin kuruluş yöntemleri diğer araştırma bulgularını destekleyecek nitelikte tespit edilmiş ve % 70,3 oranında girişimci kadın yeni bir işletme kurarak girişimcilik faaliyetlerine başladıkları bulgulanmıştır.

6.4.6. Çalışan sayısı

Dünya Bankası'nın Orta Doğu ülkelerindeki şirketlerle ilgili yapmış olduğu araştırmada, bu ülkedeki işletme sahibi olan kadınların Afrika ve Asya'daki diğer kadın girişimcilere oranla işletmelerini daha fazla büyütme eğiliminde oldukları ve bir çok engelle karşılaşmalarına rağmen, erkek girişimcilere göre işletmelerinde daha fazla sayıda işçi çalıştırdıkları belirlenmiştir (Prifti ve ark. 2008).

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmeleri çalışan sayılarına göre incelenmiş ve Çizelge 6.33 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre işletmelerin % 77,5'inde en fazla 5 eleman istihdam ettiği görülmüştür. Sonrasında sıra ile % 11,7'si 6 ile 10 arasında, % 5,4'ü 11 ile 20 arasında, % 1,8'i 21 ile 50 arasında ve % 3,6'sı 51 ve üstü sayıda eleman istihdam eden işletmeler olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 6.33. Kadın İşletmelerin Çalışan Sayısı

Çalışan sayısı	n	%
0-5	86	77,5
6-10	13	11,7
11-20	6	5,4
21-50	2	1,8
51 ve üstü	4	3,6
Toplam	111	100,0

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde işletmelerdeki çalışan sayıları ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Çakıcı'nın (2006) araştırmasına göre; Mersin'deki kadın girişimci işletmelerin tamamına yakını mikro ölçekli olup % 29 'u hiç işçi çalıştırmamaktadır.

Soysal'ın (2010a) çalışmasında; kadın girişimcilere, "işletmenizde işçi istihdam ediyor musunuz" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soru için alınan yanıtlara bakıldığında, kadın girişimcilerin % 62'sinin işletmelerinde işçi istihdam ettikleri, % 38'inin ise işçi istihdam etmedikleri belirlenmiştir. Buna göre istihdam edilen işçilerin işçi sayısına göre dağılımında % 45'lik bir oranla ilk sırayı 1 işçi çalıştıran işletmeler, ikinci sırayı % 36,7 oran ile 2-5 arasında işçi çalıştıran işletmeler, üçüncü sırayı % 13,3 oran ile 6-10 arasında işçi çalıştıran işletmeler ve son sırayı ise % 5 oran ile 41-50 işçi çalıştıran işletmeler almaktadır.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin çalışan sayıları diğer araştırma bulgularını destekleyecek nitelikte tespit edilmiş ve işletmelerde % 77,5 oranında en fazla 5 kişinin çalıştığı bulgulanmıştır. Bu bulguya göre istihdam edilen işçi sayısına göre işletme büyüklüğü kapsamında bir değerlendirme yapmak gerekirse, kadın girişimcilerin sahip oldukları işletmelerinin önemli bir oranının mikro ölçekli işletmelerden oluştuğu tespit edilmiştir.

6.4.7. Pazar durumu

Girişimciler ürettikleri yeni fikir ve yöntemlerle ülke ekonomilerine pek çok kritik noktada katkıda bulunmaktadır. Globalleşen dünya şartlarında ülkelerin gelişen pazar şartlarına uyumu ve bu yeni pazarlardan pay alabilecek kalitede mal ve hizmet üreterek iç ve dış pazarlarda rekabet edebilmesinde girişimcilik çok büyük bir öneme sahiptir. Bu anlamda, ülkelerin küresel anlamda başarısı ve kalkınması büyük ölçüde özel girişimciler yoluyla olabilecektir (Aykan 2004).

OECD tarafından düzenlenen (1998) Women Entrepreneurs in SMEs: A Major Force in Innovation and Job Creation Syenthesis Konferansında birçok ülkede politikacıların kadınların iş dünyasındaki sorunlarına eğildikleri görülmektedir. Geliştirilen politikalar kadın girişimcilere eğitim olanağı verme, bilgilendirme ve pazarlara girişi sağlamaya dönüktür. Örneğin; ABD'de "iş dünyasında kadın inisiyatifi örgütü" kadın girişimcilere deniz aşırı ülkelerle temasa geçmelerini sağlamakta ve ayrıca onlara ihracat konularında bilgi vermektedir. Avustralya'da ise hükümet kadınları ulusal ve uluslar arası düzeyde ticaret

yapmaları için teşvik etmektedir. Ayrıca başarılı ihracatçı iş kadınlarını örnek rol modeli oluştursunlar diye desteklemektedir (Anonim1998).

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerin ürün veya hizmetlerini pazarlama durumu incelenmiş ve Çizelge 6.34 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre şirketlerin % 82,9'u yerel piyasa içinde pazarlama faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu değer işletmelerin mikro işletme olmasından kaynaklı yüksek çıkmıştır. Şirketlerin statüsü büyüdükçe ulaştığı pazar payının büyüdüğü bilinmektedir. Yerel ve yurt içi piyasada yer alan şirketlerin oranı % 12,6 ve hem yurt içi hem yurt dışı piyasalarda ürün veya hizmet pazarlayan şirketlerin oranı ise % 5 olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 6.34. Kadın İşletmelerin Pazar Durumu

Pazar Durumu	n	%
Yerel pazar	92	82,9
Yurt içi pazar	14	12,6
Yurt içi ve yurt dışı pazarlar	5	5
Toplam	111	100,0

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde işletmelerin pazar durumları ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Tatlılil ve Candemir'in (1998) araştırmasına göre; küçük ve orta büyüklükteki işletmeler büyük firmalara oranla daha kolay ve çabuk değişime geçebilme ve pazarlama-teknoloji etkileşimiyle değişen ve çeşitlenen tüketici tercihlerine hemen yanıt verebilme özelliklerini taşımaktadır. Erdem'in (2001) araştırmasında girişimcilerin şu anda yapmakta oldukları faaliyeti seçme nedenleri % 46,2'lik oran ile pazar fırsatlarıdır. Araştırmaya göre; girişimcinin faaliyet alanı ile risk alma eğilimi arasındaki ilişki arasında bağlantı tespit edilmiş, bölgesel pazarın yüksek riski tercih etmeyen girişimciler için en uygun alan pazar alternatifi olduğu ifade edilmiştir. Girişimcilerin % 75,6'sı bölgesel pazarlarda, % 20'si ulusal pazarlarda, % 4,4'ü ise uluslararası pazarlarda faaliyet göstermektedir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin pazar durumları diğer araştırma bulgularını destekleyecek nitelikte tespit edilmiş ve kadın işletmelerin ürünlerini veya hizmetlerini pazarladıkları piyasa daha çok (% 82,9) yerel pazar olduğu saptanmıştır.

6.4.8. Aylık gelir

Türkiye'de yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen stratejilerden biri de kadınların kendi başlarına küçük iş yeri kurma girişimleridir (Ecevit 2000). Dünyadaki gelir dağılımındaki adaletsizlik, ekonomik gelişmişlik açısından bölgesel farklar, giderek artan işsizlik ve yoksullaşma, yeterince büyüyememe ve etkin bir rekabet ortamının oluşturulamaması girişimcilik faktörüne günümüz dünyasında hayati bir önem kazandırmıştır (Müftüoğlu 1998). Kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyal anlamda ülkeye getirdiği kazanımlarının daha gerçekçi ve geleceğe yönelik olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda kadın girişimcilerin, hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş yaratmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları; onların toplumdaki konumlarını güçlendirmesine, toplumların gelişmişlik düzeyini etkilemesine ve gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye önemli katkılar sağlamaktadır (Can ve Karataş 2007).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin ortalama aylık gelirlerini tespit etmek üzere yapılan araştırma sonucunda Çizelge 6.35 oluşturulmuştur. Aylık ortalama kazançları ile ilgili bilgi alınan kadınların % 9'u 1000 TL'nin altında, % 13,5'i 1000 TL ile 2000 TL arasında, % 14,4'ü 2000 TL ile 3000 TL arasında, % 11,7'si 3000 TL ile 5000 TL arasında ve % 5,5'i 5000 TL üzerinde gelir elde ettiklerini ifade etmişlerdir. Çizelgedeki verilere göre kadınların % 45,9'u işletmesinde aylık ne kadar kazanç sağladığını beyan etmek istememişlerdir.

Çizelge 6.35. Kadınların Ortalama Aylık Gelir Dağılımları

Ortalama aylık gelir	n	%
Gelir beyan etmek istemeyenler	51	45,9
1000 TL <	10	9
1000 TL – 3000 TL	31	27,9
3001 TL – 5000 TL	13	11,7
5000 TL >	6	5,5
Toplam	111	100,0

Kadın girişimci işletmeler konusunda yapılan bir diğer çalışma değerlendirildiğinde kadınların gelir düzeyleri ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir:

Serter'in (1994) araştırmasına göre; kadının aile bütçesine ek gelir sağlamak için çalışmakta olduğu düşüncesi onun çalıştığı işletmeye ve işine bağlılığını engellemektedir. Çalışan kadının eşinin yani aile reisinin gelir düzeyinde bir artış olmasıyla çalışan kadının çalışma hayatından çekileceği anı beklemesi, çalışmayı yük kabul eden bir psikolojiye girmesine sebep olmaktadır. Bu bağlamda böyle bir psikoloji ile çalışan kadın için çalışma, bir yaşam tarzı olarak değerlendirilmemekte, geçici süre katlanması gereken bir sorumluluk olarak görülmektedir. Böyle bir psikolojik hal içersinde olan kadının çalıştığı işte gelir elde etmek ve ilerlemek için çaba sarf etmesi beklenmemelidir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerin aylık ortalama gelirleri tespit edilmek istenmiş ancak % 45,9 oranında kadın işletme gelirlerini beyan etmek istememişlerdir. Gelir beyan eden girişimci kadınların % 27,9'u işletme gelirlerinin 1000-3000 TL arasında olduğunu ifade etmişlerdir.

6.4.9. Bilgisayar kullanımı

Günümüzde iş yerlerinin tamamına yakınında bilgisayar kullanılmaktadır. Özel işyerlerinden, devlet dairelerine; muhasebe ve mühendislik bürolarından, fabrikalara; otellere; askeri kurumlardan üniversitelere, hastanelere, okullara kadar bütün iş yerlerinde işlemler bilgisayarlarla yapılmaktadır. Bu alanlarda bilgisayarı doğru ve hızlı şekilde kullanılabilmesi gerekmektedir. Çünkü teknoloji gün geçtikçe gelişmektedir. Bir yığın karmaşık işlem, bilgisayarlarla daha kolay şekilde ve kısa zamanda yapılmaktadır. Telefon, faks hizmetleri, tasarımlar, bütün kayıtlar ve güvenlik sistemleri artık bilgisayar sayesinde yapıldığından, bilgisayarın önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Bütün kamu kurumlarında ve özel kurumlarda bilgisayar kullanımına bu kadar hızlı bir geçiş varken bu gelişmenin dışında kalmak girişimci kadınlar için de mümkün değildir.

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinde bilgisayar kullanım durumu değerlendirilmiş ve Çizelge 6.36 oluşturulmuştur. Çizelgedeki verilere göre kadınların % 14,4'ü işletmelerinde bilgisayar kullanmadıklarını, kadınların % 85,6'sı ise işletmelerinde bilgisayar kullandıklarını ifade etmişlerdir. İşletmesinde bilgisayar kullanan kadınlar günümüz koşullarında teknolojinin getirdiği kolaylıklardan yararlanmaları gerektiğinin farkındadırlar.

Özellikle internet kullanımını için gerekli gördükleri bilgisayarları aynı zamanda işlerinde kolaylık sağlayan çeşitli programları kullanabildikleri için tercih etmektedirler.

Çizelge 6.36. İşletmelerde Bilgisayar Kullanımı

İşletmede bilgisayar kullanımı	n	%
Hayır	16	14,4
Evet	95	85,6
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 85,6 oranında büyük çoğunluğunun bilgisayar kullanmayı bildikleri tespit edilmiştir.

6.4.10. Web sitesi

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmeleri “web siteleri bulunma” durumuna göre incelenmiş ve Çizelge 6.37 oluşturulmuştur. Çizelgede incelendiğinde; % 71,2 oranında işletmenin web sitesinin olmadığı, buna karşın % 28,8 oranında işletmenin web sitesinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 6.37. İşletmelerin Web Sitesi Varlığı

İşletmenin web sitesi	n	%
Yok	79	71,2
Var	32	28,8
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin web siteleri tespit edilmek istenmiş % 71,2 oranında işletmenin web sitesinin olmadığı bulgulanmıştır. Kadınlar pazarladıkları ürün ve hizmetlerin piyasada daha fazla tanıtımını sağlama açısından işletme web sitesi olmasını gerekli görmekte ancak işletmenin web sitesi olmasının masrafları artıracak bir unsur olarak gördüklerinden sanal ortamda pazarlama faaliyetlerine çekimser bakmaktadırlar.

6.4.11. Desteklerden yararlanma

Türkiye koşullarında üç kadın girişimciden biri devletin kendilerine destek verdiğini düşünmektedir. Ancak böyle düşünülmesine rağmen devletin verdiği desteklerden hangi oranda yararlanmıştı sorusu önem kazanmaktadır. Nitekim kadın girişimcilere bu yönde yöneltilen soruya büyük oranda olumsuz cevap gelmiştir. “Şimdiye kadar herhangi bir kamu kurumundan teşvik, hibe veya muafiyet kapsamında destek gördünüz mü?” sorusuna gelen cevaplara göre, kadınların % 85’i böyle bir destek görmemiştir. Burada teşvik, hibe ve muafiyet şeklinde tüm kamu desteklerini kapsayacak tarzda geniş bir çerçeve sunulmuş olmasına rağmen, kamu kurumlarından herhangi bir yoldan yararlananların oranı dikkate alınmayacak kadar düşük % 15 düzeyindedir. Kadın girişimcilerin % 38’i devletin kendilerine gereken desteği verdiğini düşünmesine rağmen bu şekilde düşünenlerin yarısından az bir kısmı kamu kurumlarının sağladığı desteklerden yararlanmıştır (Anonim 2011b).

Bu bağlamda Tekirdağ’daki kadın girişimcilerin herhangi bir destekten yararlanıp yararlanmadıkları sorulmuş ve Çizelge 6.38 oluşturulmuştur. Çizelge 6.23’e göre kadınların girişimcilere yönelik desteklerden haberdar olma oranları yüksek çıkmış olsa da, herhangi bir destekten yararlanmayan kadınların oranı % 81,1 herhangi bir destekten yararlandığını ifade eden kadınların oranı ise % 18,9’dur. Desteklerden haberdar olup yararlanmama durumları değerlendirildiğinde ise bazı girişimci kadınlar destek başvurularının kendilerine karmaşık bir iş gibi görüldüğünü belirtmiş ve destekleri değerlendirme hususunda çekimser kaldıklarını ifade etmişlerdir.

Çizelge 6.38. Desteklerden Yararlanma Durumu

Herhangi bir destekten yararlanma	n	%
Yararlanmadım	90	81,1
Yararlandım	21	18,9
Toplam	111	100,0

Tekirdağ’daki kadın girişimcilerin desteklerden yararlanma durumları değerlendirilmiş ve % 81,1 oranında kadının girişimcilere verilen herhangi bir destekten yararlanmadığı tespit edilmiştir.

6.4.12. İşletme ile ilgili gelecek planların önem dereceleri

İleriye görebilme yeteneği girişimcinin gelecek planlarının başarısında rol oynayan en temel özelliklerden birisidir. Bu özellik girişimcinin değişen koşullara bağlı olarak ortaya çıkan fırsatlardan yararlanmasını ve tehditlere karşı koymasını kolaylaştırmaktadır. Girişimci önüne çıkan fırsatları değerlendirebilmek için geniş kapsamlı durum analizi yapabilmeye yeteneğine de sahip olmalıdır. Bu özellik girişimciye kazanç olanağının boyutunu, rekabet üstünlüğünü nasıl kullanabileceğini, bu üstünlüğün geçerli olduğu süreyi ve maliyetleri belirlemesini sağlamaktadır. Girişimci bu tür analizleri sürekli olarak yenilemeli ve daha önce yapılan benzer çalışmalardan yararlanmalıdır. Girişimciler sürekli ileriye bakmalı, dün yapmış olduklarından daha çok yarın ne yapabilecekleri ile ilgilenmelidir (Anonim 1993).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere yaptıkları iş ile ilgili gelecek planların önem derecelerini belirlemeye yönelik olarak tabloda değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdelik dağılımlarına yer verilmiştir. Çizelge 6.39'da kadın girişimcilerin yaptıkları iş ile ilgili gelecek planların önem derecelerine yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere; yaptıkları iş ile ilgili gelecek planlarının önem dereceleri hakkında 10 tane özellik sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; yaptıkları iş ile ilgili "çok önem verdikleri" gelecek planlarının başında % 83,8 ile "sektörde kalıcı olma" yer almaktadır. Sonrasında ise; % 80,2 ile "kaliteyi iyileştirme" ve % 76,6 ile "karlılığı artırma" hedefleri ile Tekirdağ'daki kadın girişimciler yaptıkları iş ile ilgili gelecek planlarını ifade etmişlerdir.

Çizelge 6.39. İşletme İle İlgili Gelecek Planların Önem Dereceleri

Değişken	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Büyüme	4,52	0,86	0	5,4	8,1	15,3	71,2
Karlılığı artırma	4,73	0,49	0	0	2,7	20,7	76,6
Ürün/hizmet çeşitleme	4,54	0,76	0	2,7	8,1	21,6	67,6
Kurumsallaşma	4,23	1,06	3,6	1,8	20,7	15,3	58,6
Sektörde kalıcı olma	4,80	0,48	0	0	3,6	12,6	83,8
Kaliteyi iyileştirme	4,77	0,48	0	0	2,7	17,1	80,2
Rekabeti artırma	4,21	0,99	2,7	0,9	21,6	21,6	53,2
Örgütlenme	3,98	1,03	1,8	6,3	24,3	27,0	40,5
Yeni pazarlara girme	4,32	1,03	2,7	5,4	9,9	20,7	61,3
Mevcut durumun devam	4,52	0,68	0	1,8	5,4	31,5	61,3

1= Hiç Önemli Değil, 2= Önemli Değil, 3= Kararsızım, 4= Önemli, 5= Çok Önemli

Belirlenen bulgulara göre Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre gelecek planlarının önem dereceleri; ilk sırada % 83,8 ile “sektörde kalıcı olma” yer almaktadır. Sonrasında ise; % 80,2 ile “kaliteyi iyileştirme” ve % 76,6 ile “karlılığı artırma” hedefleri ile Tekirdağ'daki kadın girişimciler yaptıkları iş ile ilgili gelecek planlarını ifade etmişlerdir. Girişimcilerin en önemli özelliklerinden birisi olan geleceğe yönelik planlar yapmaları içinde büyüme ve genişleme de yer almaktadır. Özellikle Tekirdağ'daki kadın girişimciler büyümeyi işletme stratejisi olarak görmekte ve o doğrultuda çalışmalarına yön vermektedirler. Ancak sonuçlarını hesaplayamayacakları riskleri almaktan da kaçınmaktadırlar.

6.4.13. İşletmelerini kurma aşamasında karşılaştıkları sorunların zorluk dereceleri

Araştırmaya konu olan kadın girişimciler, işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem derecelerini belirlemeye yönelik olarak tabloda değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdeler dağılımlarına yer verilmiştir. Çizelge 6.40'da kadın girişimcilerin işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem derecelerine yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere; işlerini kurma aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri hakkında on tane konu başlığı sorulmuştur. Sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; işletmelerini kurma aşamasında “çok zorlandıkları” sorunların başında % 20,7 ile “kira ödemeleri” yer almaktadır. Sonrasında ise; % 13,5 ile “tanınmamışlık” ve % 12,6 ile “uygun eleman temini” Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işletmelerini kurma aşamasında en fazla zorluk çektikleri sorunlar olarak bulgulanmıştır.

Çizelge 6.40. İş Kurma Aşamasında Karşılaşılan Sorunların Zorluk Dereceleri

Değişken	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Sermaye	2,90	1,14	10,8	27,0	32,4	19,8	9,9
Bürokrasi	2,92	1,18	18,0	11,7	37,8	24,3	8,1
Deneyim	2,87	1,15	16,2	20,7	26,1	33,3	3,6
Kredi temini	2,75	1,01	18,9	7,2	55,9	15,3	2,7
Uygun yer	2,81	1,31	25,2	11,7	28,8	25,2	9,0
Kira	3,49	1,20	9,0	11,7	20,7	37,8	20,7
Uygun eleman	3,15	1,10	9,9	11,7	44,1	21,6	12,6
Uygun materyal	2,94	1,06	14,4	10,8	45,9	23,4	5,4
Kadın olma	2,72	1,31	27,9	11,7	28,8	23,4	8,1
Tanınmamışlık	3,02	1,32	18,9	15,3	23,4	28,8	13,5

1= Hiç Zorlanmadım, 2= Pek Zorlanmadım, 3= Kararsızım, 4= Zorlandım Sayılır, 5= Çok Zorlandım

Belirlenen bulgulara göre Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işletmelerini kurma aşamasında “çok zorlandıkları” sorunların başında % 20,7 ile “kira ödemeleri” yer almaktadır. Sonrasında ise; % 13,5 ile “tanınmamışlık” ve % 12,6 ile “uygun eleman temini” Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işletmelerini kurma aşamasında en fazla zorluk çektikleri sorunlar olarak bulgulanmıştır. Genel olarak kadınların işlerini kurma aşamasında önemli sayılabilecek düzeyde zorluk ile karşılaşmadıkları tespit edilmiştir. Ancak kira ödemeleri, uygun eleman temini ve tanınmamışlık; sermaye temini, bürokratik engeller, deneyimsizlik, kredi temini, uygun yer seçimi, uygun materyal temini ve iş piyasasında kadın olma gibi zorluklara kıyasla daha yüksek zorluk derecesinde değerlendirilmiştir. Özellikle kredi teminini zorluk olarak gören kadınların orta derece zorlanmış olmayı ifade eden % 55,9'luk oranı aslında iş kurma aşamasında kredi kullanmak yerine, kadınların kendi birikimleri veya aile ve akrabalarından temin ettikleri sermaye ile işlerini kurduklarını göstermektedir.

6.4.14. İşletme faaliyetlerini yürütürken karşılaştıkları sorunların zorluk dereceleri

Girişimci küçük işletmelerde finansal kaynağa sahip tek kişi olduğu için finansal sorunlarla her an karşı karşıya kalma olasılığı yaşamaktadır. Uzun yıllar başarılı biçimde yaşayan işletmeler yanlış bir karar ya da yönetimdeki bir zafiyet nedeni ile kapanmak zorunda kalabilir. Bunun tek sorumlusu da girişimci olur. Belirli ücret sınırları içerisinde çalışmak zorunluluğu bulunan birçok kişi bağımsız çalışmayı daha çekici bulur. Ancak işlerinin yürütme aşamasında bulunan kadın girişimcilerin vergi ve borç ödemelerinde sıkıntı yaşamamaları için öncelikle pazarlama sorunlarını aşmış düzenli gelir akışını sağlamış olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda araştırma bölgesi içindeki kadın girişimcilerin işlerini yürütme aşamasında aşılması gereken öncelikli sorun olarak pazarlama sorunları üzerinde durmaları kaçınılmazdır.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler, işlerini yürütürken karşılaştıkları zorlukların önem derecelerini belirlemeye yönelik olarak tabloda değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdeler dağılımlarına yer verilmiştir. Çizelge 6.41'de kadın girişimcilerin işlerini yürütme aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem derecelerine yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere; işlerini yürütme aşamasında karşılaştıkları zorlukların önem dereceleri hakkında on iki tane konu başlığı sorulmuştur. Sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; işlerini yürütürken karşılaştıkları ve “çok zorlandıklarını” ifade ettikleri sorunların başında % 35,1 ile “pazarlama” yer almaktadır. Sonrasında ise; % 32,4 ile “vergi

ödemeleri” ve % 30,6 ile “borç ödemeleri” Tekirdağ’daki kadın girişimcilerin işletme faaliyetlerini yürütme aşamasında en fazla zorluk çektikleri sorunlar olarak bulgulanmıştır.

Çizelge 6.41. İşi Yürütürken Karşılaşılan Sorunların Zorluk Dereceleri

Değişken	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Pazarlama	3,91	1,09	3,6	9,9	12,6	38,7	35,1
Borç ödemeleri	3,75	1,10	5,4	4,5	29,7	29,7	30,6
Vergi ödemeleri	3,72	1,21	8,1	6,3	22,5	30,6	32,4
Bürokrasi	3,45	1,06	7,2	3,6	44,1	26,1	18,9
Kredi temini	3,18	1,22	13,5	9,0	40,5	19,8	17,1
Eleman sorunları	3,49	1,10	7,2	6,3	36,0	30,6	19,8
Müşteri sorunları	3,47	1,14	8,1	10,8	23,4	40,5	17,1
Deneyimsizlik	3,30	1,25	12,6	13,5	20,7	36,9	16,2
Donanım, teslimat	3,24	1,25	15,3	6,3	34,2	27,0	17,1
Aile ilişkileri	3,35	1,29	13,5	8,1	31,5	23,4	23,4
Kadın olma	2,93	1,31	18,9	18,0	27,9	20,7	14,4
Aşırı yorgunluk	3,16	1,24	13,5	14,4	29,7	27,0	15,3

1= Hiç Zorlanmadım, 2= Pek Zorlanmadım, 3= Kararsızım, 4= Zorlandım Sayılır, 5= Çok Zorlandım

Belirlenen bulgulara göre Tekirdağ’daki kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunlar değerlendirildiğinde; % 35,1 ile “pazarlama”, % 32,4 ile “vergi ödemeleri” ve % 30,6 ile “borç ödemeleri” en fazla zorluk çektikleri sorunlar olarak bulgulanmıştır.

6.4.15. İşletme faaliyetlerini yürütürken karşılaşılan sorunların faktör analizi

Tekirdağ’da girişimcilik faaliyetlerini yürüten kadınların işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunları ölçmeye yönelik 12 sorun unsurunun daha belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile kadınların işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunlar konusunda temel belirleyiciler ve belirlemedeki ağırlıkların saptanması planlanmıştır. Faktör analizine başlamadan önce verilerin kendi içinde tutarlılığının olup olmadığını belirlemek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlilik katsayısı (Cronbach-Alfa) 0.878 olarak belirlenmiştir. Bu kritere göre ölçek güvenilirirdir.

Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0.837 hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,90’larda çok iyi, 0,80’lerde iyi olarak kabul gördüğü varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,837’lik KMO test değeri ideal olarak değerlendirilmiştir.

Ayrıca Barlett's Test of Sphericity değeri ve anlamlılığı değişkenlerin birbirleri ile korelasyon gösterip göstermediklerini sınar ve kullanılan verilerle faktör analizi yapmanın uygun olup olmadığını gösterir. Faktör analizi sonuçlarına göre oluşan 3 faktör Çizelge 6.42'de görülen bileşenlerden oluşmaktadır.

Çizelge 6.42. İşi Yürütürken Karşılaştıkları Sorunların Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Eleman temini ve iletişim)		42,762	5,131
Eleman sorunları	,849		
Müşteri sorunları	,790		
Deneyimsizlik	,732		
Donanım	,752		
Aile ilişkileri	,645		
Faktör 2 (Ödeme zorlukları)		13,457	1,615
Pazarın durgun oluşu	,662		
Borç ödemeleri	,786		
Vergi ödemeleri	,816		
Bürokratik engeller	,719		
Kredi alamama	,623		
Faktör 3 (Kişisel zorluklar)		9,767	1,172
Kadın olmak	,788		
Yorgunluk	,860		

KMO: 0,837 Barlett's testi: 596,648 p<0.000

Faktör analizinin ana hedefi çok sayıdaki değişkeni aza indirmektir. Yapılan analiz sonucunda her faktöre bir isim verilir. Faktörü oluşturan değişkenler faktörün isimlendirilmesinde etkili olur. Ancak, bazen birbirine uymayan değişkenler bir faktörde toplanabilir. Bu durumda faktör yükü en fazla olan değişken esas alınarak isimlendirme yapılır. Kadın girişimcilerden elde edilen bulguların analizi sonucunda kadınların işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunları etkileyen faktörler 3 grup altında toplanmıştır.

Faktör 1 (Eleman temini ve iletişim sorunları); tanımlanan faktör yüzdesi 42,762'dir ve 5 değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: işyerinde çalışan elemanlardan kaynaklı sorunlar, müşterilerle yaşanan sorunlar, deneyimsizlikten kaynaklı sorunlar, donanım yetersizliğinden kaynaklı sorunlar ve aile ilişkilerinden kaynaklı sorunlar şeklindedir. Serbest çalışma hayatına ilk atılma zamanında karşılaşılan bu sorunlar

kadınların zaman içinde insanlarla iletişim kabiliyetlerini geliştirmeleri ve iş yaşamında tecrübe kazanmalarını sağlayacak eğitim faaliyetleri ile çözümlenebilir.

Faktör 2 (Ödeme sorunları); tanımlanan faktör yüzdesi 13,457'dir ve 5 değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler: pazarın durgun oluşundan kaynaklı sorunlar, borç ödemelerinde yaşanan sorunlar, vergi ödemelerinde yaşanan sorunlar, bürokratik engellerden kaynaklanan sorunlar ve kredi alamama sorunu şeklindedir. Kadın girişimci şirketlerin faaliyet gösterdikleri pazar içinde tanınırlıklarını ve tercih edilmelerini sağlayacak reklam faaliyetleri ile ödeme dengelerini oluşturacak sürekli gelir artışı sağlanabilir.

Faktör 3 (Kişisel sorunlar); tanımlanan faktör yüzdesi 9,767'dir ve 2 değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler: iş yaşamında kadın olmanın yarattığı sorunlar ve çalışma hayatının hareketliliğinden kaynaklanan yorgunluk şeklindedir. Bu faktör grubundaki sorunlar kadın girişimcileri direkt etkilemeyen dolaylı etkileyen sorunlardır.

Tekirdağ'da girişimcilik faaliyetlerini yürüten kadınların işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunları ölçmeye yönelik 12 özellik unsurunun daha belirli faktörler altında toplanması sağlanmıştır. Bu analiz ile kadınların işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunlara dair özelliklerden birbirleri ile ilişkili olan alt faktörler bir araya getirilerek tek bir faktör ile açıklanmış ve 3 ana faktör oluşturulmuştur. Girişimci kadınların işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunları nasıl tanımladıklarına dair özellikleri gruplandıran başlıca faktörler yüzdelerinin büyüklüklerine göre büyükten küçüğe; eleman temini ve iletişim sorunları, ödeme sorunları ve kişisel sorunlar şeklinde tespit edilmiştir.

6.5. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler

6.5.1. Girişimciliğe başlama nedenleri

Kadının toplumsal rolü nedeniyle ev hayatı ve iş hayatı arasında denge kurmak zorunda olması, anne ve eş olma rolünün bir uzantısı gibi değerlendirilen öğretmenlik, hemşirelik, sekreterlik gibi daha çok kadınların çalıştığı mesleklere yönelmesine yol açmıştır. Dolayısıyla toplumda erkeksi ve kadınsı meslek ayırımı ortaya çıkmıştır. Kadın girişimcinin çalışma hayatına girmesini etkileyen bir takım nedenler şöyle sıralanabilir: Çocukların bakımı,

kadının çalışma hayatına uygun olmayışı, eğitim, meslek, toplum içindeki konumuna uygun iş bulma güçlüğüdür (Bedük 2005).

Tekirdağ'daki girişimci kadınlara girişimcilik faaliyetlerini tercih edip serbest çalışma nedenleri sorulmuş ve tercih sebebi olarak değerlendirdikleri birden fazla seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda her bir kadın tarafından toplamda 576 seçenek işaretlenmiş ve Çizelge 6.43 oluşturulmuştur.

Çizelge 6.43. Girişimciliğe Başlama Nedenleri

Girişimciliğe Başlama Nedenleri	n	%
Başarma duygusu	67	11,6
Ekonomik bağımsızlık kazanmak	64	11,1
Bağımsız çalışmak	57	9,8
Kendini geliştirmek	54	9,3
Evin bütçesine katkıda bulunmak	51	8,8
Mesleği yapmak	49	8,5
Yüksek kazanç elde etmek	42	7,2
Yenilikçi fikirleri hayata geçirmek	35	6,0
İstihdam imkanları yaratmak	31	5,3
Toplumsal ilişkilerin getirisi	26	4,5
Yeni bir çevre edinmek	21	3,6
İş bulamamak	16	2,7
Çalışma saatlerini ayarlayabilmek	15	2,6
Kişisel hobi veya ilgi duymak	14	2,4
Aile içinde edinilen rolün uzantısı	13	2,2
İş ilişkileri ile kişisel ilişkileri ayırmak	10	1,7
Zaman geçirmek	8	1,3
Kişisel koşullar (evlenme, boşanma, vb.)	3	0,5
Toplam	576	100,0

Kadın girişimciler serbest çalışma nedenlerini ifade ederken % 11,6'lık oran ile "başarma duygusu hissetmek" ilk sırayı almıştır. Sonrasında sıra ile % 11,1'lık oran ile "ekonomik bağımsızlık kazanmak", % 9,8'lik oran ile "bağımsız çalışmak", % 9,3'lük oran ile "kendini geliştirmek" ve % 8,8'lik oran ile "evin bütçesine katkıda bulunmak" seçenekleri kadın girişimciler için serbest çalışma nedenleri olarak sıralanabilir. "Evlenme, boşanma gibi kişisel koşullar" ile serbest çalışma hayatına atılan kadın oranı % 0,5, "zaman geçirme" düşüncesi ile serbest çalışan kadın oranı % 1,3 olarak tespit edilmiştir.

Kadın girişimcilerin serbest çalışma nedenleri konusunda yapılan diğer çalışmalar değerlendirildiğinde tespit edilen bulgular aşağıdaki gibidir:

Türkkahraman ve Şahin'in (2010) araştırmasına göre; kadınlar çeşitli nedenlerle çalışma faaliyetine katılmaktadırlar. Çalışma yaşamına giren kadının çalışma nedenleri ile çalışma yaşamındaki konumu ve değerleri arasında karşılıklı bir ilişkiden söz edilebilir. Bu bakımdan kadınların çalışma nedenlerinin neler olduğunun ortaya konulması önem arz etmektedir. KSGM tarafından 2000 yılında yapılmış olan araştırmaya göre ülkemizde çalışan kadınların çoğunluğu % 43,7 istedikleri için, % 31,9'u ekonomik nedenlerden dolayı mecbur oldukları için çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında hem istedikleri için hem de gereksinim belirtenlerin oranı da % 24,4'tür. Bu verilerin yanında genel olarak kadınlar iktisadi nedenler, sosyal nedenler, çalışma hayatından kaynaklanan nedenler ve kadınlık bilincine bağlı nedenler ile çalışma hayatında rol oynamaktadırlar.

Erdem'in (2001) araştırmasında girişimcilerin şu anda yapmakta oldukları faaliyeti seçme nedenleri; % 24,2 ile aldıkları eğitimin yaptıkları faaliyete yönelik olması % 9,9 ile teşvikler nedeniyle, % 9,9'u tesadüfen, % 4,4' ü miras yoluyla, diğerleri ise açıklamadıkları nedenlerle şuanda yapmakta oldukları faaliyetleri seçtiklerini belirtmişlerdir.

Yetim'in (2008) çalışmasında "ekonomik anlamda zor durumdan kurtulma isteği", "işletmenin girişimci kadının ailesinden ya da eşinin ailesinden devralınması", "aileye ek gelir sağlayabilmek", "beklenen standartlarda ücretli çalışma olanağına erişememiş olmak" gibi etmenler, kadınları girişimci olmaya iten faktörler olarak değerlendirilmiştir. "Özgürce çalışma isteği" , "bağımsız olmayı gerçekleştirme isteği", "üretken olma isteği" gibi faktörler ise kadını girişimciliğe çeken faktörler olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede araştırma

kapsamında yer alan kadın girişimcilerin % 45,6'sı itme faktörleri nedeniyle, % 46,4'ü ise çekme faktörleri nedeniyle iş kurmaya yönelmişlerdir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre yüksek değeri alan serbest çalışma nedenleri; kadınların % 11,6 oranında başarıma duygusu hissetmek ve % 11,1 oranında ekonomik bağımsızlık kazanmak olarak tespit edilmiştir.

6.5.2. Girişimci olmanın avantajları

Bağımsızlık gereksinimi ve karar verme özgürlüğü girişimcilerin en temel amaçlarındandır. Kişinin kendi kendisinin patronu olması pek çok girişimci için tatmin edici bir duygudur. Bu bağlamda insanların birçoğunda yaşarken ve öldükten sonra toplum içerisinde sürekli anılma ve sözü edilme güdüsü vardır. Girişimci olarak insanlar; üretim yaparak, insanları istihdam ederek, işsizliği azaltarak, vergi ödeyerek, ihracat yaparak kahraman olma güdülerini tatmin etmeye çalışırlar. İçinde yaşadığımız bilgi toplumu üretken, yaratıcı, tartışmacı, kendine ve ülke sorunlarına duyarlı, paylaşımcı, fırsatları değerlendirici, teknolojiden yararlanıcı bireylerin varlığını gerekli kılmaktadır. Sürekli kendisini yenileme ve aşma, yeni ürünler yaratma güdüsü içerisindeki bir girişimci yukarıdaki bilgi toplumu bireyinin öğeleriyle çakışabilecektir. Bilgi toplumu da, bilgi çağı verilerinden etkilenmek ve bunları işleyen bir konumda olmak da girişimciliği gerektirmektedir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kendi işlerine sahip olmanın avantajlarını sorgulamaya yönelik olarak hazırlanan çizelgede yüzdelik dağılımları verilmiştir. Kadın girişimcilere; kendi işlerini yapmanın avantaj olarak gördükleri taraflarını tespit etmek üzere 14 farklı seçenek sunulmuş ve kendilerinden uygun gördükleri birden fazla seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Değerlendirme sonucunda 111 kadın birden fazla seçeneği işaretlemiş ve N değeri 947 olarak tespit edilmiştir.

Girişimci kadınlara kendi işyerine sahip olup serbest çalışmanın avantajları sorulmuş ve avantaj olarak değerlendirdikleri birden fazla seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda her bir kadın tarafından toplamda 947 seçenek işaretlenmiş ve Çizelge 6.44 oluşturulmuştur. Girişimci kadınlar kendi işlerine sahip olmanın avantajlarını ifade etmişler ve buna göre % 10,6'lık oran ile "tutku ve ihtiraslarımı gerçekleştirmek" ilk sırayı almıştır. Sonrasında sıra ile % 9,2'lik oran ile "çalışma günlerimi ayarlayabilmek", %

8,4'lük oran ile “yüksek kazanç elde etmek” ve % 8,1'lik oran ile “esnek çalışma saatlerine sahip olmak” seçenekleri kadın girişimciler için kendi işlerine sahip olmanın avantajları olarak sıralanabilir.

Çizelge 6.44. Girişimci Olmanın Avantajları

Girişimci Olmanın Avantajları	n	%
Tutku ve ihtiraslarımı gerçekleştirmek	100	10,6
Çalışma günlerimi ayarlayabilmek	87	9,2
Yüksek kazanç elde etmek	80	8,4
Esnek çalışma saatleri	77	8,1
İstihdam imkânları yaratmak	74	7,8
Bağımsız çalışmayı istemek	67	7,1
Yeteneklerimi serbestçe kullanmak	65	6,9
Mesleğimi yapmak	65	6,9
Sosyal statü kazanmak	65	6,9
Kendimi geliştirmek	60	6,3
Evin bütçesine katkıda bulunmak	55	5,8
Yenilikçi fikirlerimi hayata geçirmek	54	5,7
Başarma duygusu hissetmek	40	4,22
Kendi kendimin patronu olmak	31	3,3
Ekonomik bağımsızlık kazanmak	27	2,9
Toplam	947	100,0

Kadın girişimcilere göre serbest çalışmanın avantajları konusunda yapılan bir diğer çalışma değerlendirildiğinde tespit edilen bulgular aşağıdaki gibidir.

Özdemir'in (2010) makalesinde; kadınların kendi işyerinin olması faktörü bağımsızlık altında birleştirildiğinde, kadınların girişimci olma istekleri arasında bağımsız ve özgür olma isteğinin çok önemli bir yer tuttuğu yorumu yapılabilir. Kadın girişimciler sıklıkla emir altında çalışmak istemediklerini ve kendi kararlarını almak istediklerini belirtmişlerdir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre serbest çalışmanın avantajları; kadınların % 10,6 oranında tutku ve ihtirasları gerçekleştirme isteği ve % 9,2 oranında çalışma günlerini ayarlayabilmek olarak tespit edilmiştir.

6.5.3. Mevcut girişimden memnun olma

Tekirdağ'daki girişimci kadınların serbest çalışma koşullarından memnun olma durumları değerlendirilmiş ve Çizelge 6.45'deki veriler elde edilmiştir. Bu verilere göre araştırmada yer alan kadınların tamamı girişimcilik faaliyetleri içinde buldukları için % 35,1 oranında kısmen ve % 64,9 oranında tamamen memnun olduklarını belirtmişlerdir. Çalışma bölgesi içinde yer alan kadınların hemen hepsi yaptıkları işten memnuniyet duymadıklarını ifade etmemiştir yani işinden “hiç memnun olmadığını” ifade eden kadın girişimci yoktur.

Çizelge 6.45. Mevcut Girişimden Memnun Olma

Mevcut Girişimden Memnun Olma	n	%
Hayır	0	0
Kısmen	39	35,1
Evet	72	64,9
Toplam	111	100,0

Kadın girişimcilere göre yaptıkları işten memnun olma durumları değerlendirildiğinde tespit edilen diğer bir çalışmadaki bulgular aşağıdaki gibidir.

Erdem'in (2001) araştırma sonuçlarına göre; girişimcilerin % 60,4'ünün şu anda gerçekleştirdikleri faaliyet ilk faaliyetleridir. İlk faaliyeti olmayan 40 girişimcinin %87,5'i birkaç girişimcilik deneyimine sahiptirler. Girişimciler önceki faaliyetlerden vazgeçme nedenleri olarak; % 39,5 oran ile yetersiz getiriye, % 14 oran ile iflası, % 9,3 oran ile bürokratik engelleri ve yine % 9,3 oran ile zor rekabet koşullarını gerekçe olarak gösterirken, % 27,9 oran ile herhangi bir gerekçe gösterilmemiştir. Girişimcilerin şu anda yapmakta oldukları faaliyeti seçme nedenleri ise % 46,2 oran ile pazar fırsatlarıdır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yaptıkları işten memnun olma durumları kadınlara sorulan sorulardan alınan cevaplara göre; % 64,9 oranında olumlu, % 35,1 oranında ise kısmen olumlu olarak tespit edilmiştir.

6.5.4. Mevcut girişim yerine yapmayı düşündükleri işler

Girişimcilik yapmayı planlayan bir kadının öncelikle risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve liderlik ruhuna sahip olması gerekmektedir. Liderlik ruhuna sahip olan kadınların yaptıkları iş yerine kendi işlerini kurmaya motive eden bir takım faktörler vardır. Bu faktörler; iş ortamında uğradıkları hayal kırıklıkları ve huzursuzluklar, iş yaşamında engellendiklerini hissetmeleri, çalışmalarına ve kendilerine hak ettikleri değerin verilmediğini düşünmeleri, fark edilmediklerini düşünmeleri, patronları için yapmakta oldukları işleri kendileri için yapma isteği ve farklı girişimci fikirlerinin oluşması şeklinde çoğaltılabilir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerden işlerinden memnun olma durumları hakkında değerlendirme yapmaları istenmiş ve Çizelge 6.46 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre; % 35,1 oranında 39 kadın “işlerinden kısmen memnun olduklarını”, % 64,9 oranında 72 kadın ise “işlerinden memnun olduklarını” belirtmişlerdir. Ancak kadınlara “imkânınız olsa şu anda nasıl bir iş yapıyor olmak isterdiniz” sorusuna % 38,8 oranında 43 kadın girişimci “aynı işi yapıyor olmak isterdim” yanıtını vermiştir. Girişimcilik faaliyetleri içinde bulunan % 30,6 oranında 34 kadın “kamuda çalışıyor olmak isterdim”, % 17,1 oranında 19 kadın “başka bir serbest meslek yapıyor olmak isterdim”, % 4,5 oranında 5 kadın “serbest çalışmaz ücretli çalışırdım”, % 4,5 oranında 5 kadın “aynı işi evde yapıyor olmak isterdim” ve % 4,5 oranında 5 kadın ise “sanatsal yeteneklerimi ortaya koyacak bir iş yapmak isterdim” yanıtlarını vermişlerdir.

Çizelge 6.46. Mevcut Girişim Yerine Yapmayı Düşündükleri İşler

	n	%
Aynı işe devam ederdim	43	38,8
Kamuda çalışırdım	34	30,6
Başka serbest meslek yapardım	19	17,1
Ücretli çalışırdım	5	4,5
Aynı işi evde yapardım	5	4,5
Sanatçı olurdu	5	4,5
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin şu anda yaptıkları iş yerine yapmak isteyebilecekleri diğer işler değerlendirildiğinde; ilk sırada % 38,8 oranında kadınların aynı işe devam etmek istedikleri, ikinci sırada ise % 30,6 oranında kamuda memur olarak çalışmak istedikleri tespit edilmiştir.

6.5.5. Tekirdağ'da girişimci olmanın dezavantaj olarak değerlendirilmesi

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin “işinizi Tekirdağ İlinde yapıyor olmanızın dezavantajlı yanları olduğunu düşünüyor musunuz” sorusuna verdikleri cevaplar değerlendirilmiş ve Çizelge 6.47 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre kadınlar % 35,1 oranında “evet” yanıtını verirken, % 64,9 oranında “hayır” yanıtını vermişlerdir. Tekirdağ İlinde girişimcilik faaliyetlerinde bulunmanın kadınlar tarafından olumsuz görünen özellikleri tespit etmek amacı ile “evet” yanıtını aldığımız kadınlara bu dezavantajların neler olduğunu sorulmuştur. Alınan yanıtlar doğrultusunda % 14,4 oranında kadın girişimci ürettiği ürün veya hizmeti pazarlama konusunda Tekirdağ İlini dezavantajlı bulmaktadır.

Çizelge 6.47. Tekirdağ'da Girişimci Olmanın Dezavantaj Olarak Değerlendirilmesi

	n	%
Evet	39	35,1
Hayır	72	64,9
Toplam	111	100,0

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre ilde girişimcilik faaliyetlerinde bulunuyor olmak büyük oranda (% 64,9) dezavantajlar içermemektedir.

6.5.6. Tekirdağ'da girişimci olmanın dezavantajları

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere ilinde girişimcilik faaliyetlerinde bulunmanın dezavantajlı olarak gördükleri yönleri sorulduğunda Çizelge 6.48'de belirtildiği üzere kadınların % 2,7'si Tekirdağ İlinde toplumun değer yargıları olduğunu düşünmekte, % 1,8'i kadın rollerinin yarattığı sosyal baskıdan rahatsızlık duyduğunu ifade etmekte ve % 1,8'i ise ailelerinin kadının çalışmasını olumsuz gözle baktığını görüşünde birleşmektedir. Elde edilen verilerden de görüldüğü üzere pazarlama sorunları yaşayan kadın girişimciler dışında Tekirdağ ilinde kadının çalışmasını olumsuz değerlendiren, kadın rollerinin yarattığı sosyal baskı altında olduğunu iddia eden kadın girişimci sayısı çok azdır. Bu bağlamda Tekirdağ İlının iş yaşamında cinsiyet ayrımcılığı gözetmeyen illerden biri olduğu söylenebilir.

Çizelge 6.48. Tekirdağ'da Girişimci Olmanın Dezavantajları

Dezavantajlar	n	%
Pazarlama sorunları	16	14,4
Uygun eleman ve materyal temin sorunları	10	9,0
Pazarda erkek egemenliği fazla	6	5,4
Toplumun değer yargıları	3	2,7
Kadın rollerinin yarattığı sosyal baskı	2	1,8
Aile ile ilgili sorunlar	2	1,8
Toplam	39	35,1

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre ilde girişimcilik faaliyetlerinde bulunuyor olmanın dezavantajları; ilk sırada % 14,4 oranında pazarlama sorunları ve ikinci sırada % 9 oranında uygun eleman ve materyal temin sorunları olarak tespit edilmiştir. Kadınlar toplumsal cinsiyet rollerinin yarattığı sosyal baskı ve aile ile ilgili sorunlardan dolayı ilde iş yapıyor olmanın dezavantaj oluşturmadığını ifade etmişlerdir.

6.6. Toplumsal Cinsiyet Özellikleri

6.6.1. İş ve aile kıyaslaması

Temelde kadınlarla erkekler girişimcilik açısından benzer sorunlarla karşılaşsalar da kadın girişimcilerin kendilerine özgü sorunları mevcuttur. Bu sorunların başında iş ve ev rolleri çatışması gelmektedir. Girişimci rolünün gerekleri ile aileye ilişkin rollerin zaman zaman çatışabilmektedir. Örneğin; girişimcilik sorumluluğunun yüklediği zaman baskısı, yeterli aile desteğine sahip olamama ve annelik rolünün gerekleri girişimcilikte kadınların erkeklerden farklı olarak karşılaştığı sorunlar olarak sıralanabilir (Karateke 2006).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere işlerinin mi yoksa ailelerinin mi daha önemli olduğu sorulmuş ve Çizelge 6.49 oluşturulmuştur. Bu bağlamda kadınlar % 51,4'lük yüksek bir oran ile aile düzenlerini korumanın işlerinden daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. "İş düzenimi korumam daha önemli" diyen kadınların oranı % 10,8 olurken, "aile düzenim de iş düzenim de benim için önemli" diyen kadınların oranı % 37,8 olmuştur.

Çizelge 6.49. İş Aile Kıyaslaması

İş Aile Kıyaslaması	n	%
Ailem daha öncelikli	57	51,4
Her ikisi de	42	37,8
İşim daha öncelikli	12	10,8
Toplam	111	100,0

Kadın girişimcilere göre iş ve aile kıyaslaması konusunda yapılan bir diğer çalışma değerlendirildiğinde tespit edilen bulgular aşağıdaki gibidir.

Demircioğlu'na göre (2010) çalışmasına katılan evli kadın girişimcilerin % 52'si için ev ve aile öncelikle gelmekteyken, bekâr kadın girişimciler için bu oran % 11 dolaylarındadır. Karşıt şekilde bekâr kadın girişimciler % 56'luk oranla ilk sıraya işlerini koyarken, bu oran evli kadın girişimcilerde % 10'a düşmektedir. Çoğu evli kadın girişimcinin aksine işini ilk sıraya koyan katılımcılar evle ilgili sorumlulukların daha fazla olmasına rağmen yine de işin daha önemli olduğunu vurgulamıştır. Araştırmaya göre çalışma hayatına dâhil olmak kadınların aile içi karar verme mekanizmalarını da etkileyen bir faktördür. Örneklemedekilerin

% 65'i ev ile ilgili kararları eşyle birlikte verdiğini belirtirken, % 10'u ailenin bütün fertlerinin birlikte karar aldıklarını ifade etmiştir. Aile kararlarını eşinin aldığını belirten kadın girişimci oranı % 8 dolaylarındayken, kendisinin aldığını söyleyen kadın girişimci oranı % 15'tir. Ancak bu noktada örneklemedekilerin medeni hali önem kazanmaktadır. Bekar kadın girişimcilerin % 22'si kararları kendisi verirken, evli kadın girişimcilerin ise % 10'u kararları kendisinin verdiğini ifade etmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler % 51,4 oranında ailelerinin işlerinden daha önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

6.6.2. Ev işleri ve çocuk bakım durumu

Ülkemizde cinsiyete dayalı işbölümü halen geleneksel özelliklerini sürdürmekte; erkek evin geçimini sağlarken kadın ev içinden sorumlu tutulmaktadır. Kadının çalışma hayatına katılması da beklenenin aksine bu işbölümünde köklü bir değişiklik yapmamış aksine kadının çifte sorumluluk yüklenerek işbölümünü devam ettirmesi sonucunu beraberinde getirmiştir. Kadın ancak evdeki sorumlulukları yerine getirmesi şartıyla işgücüne katılabilmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında kadınların verili cinsiyet rollerini fazlasıyla benimsemiş olmaları da etkilidir. Kadınlar ev içi sorumlulukları ve çocuk bakımını doğal görevleriymiş gibi kabul ettikleri sürece çifte sorumluluk almaları kaçınılmaz olacaktır (Demircioğlu 2010).

Kendi hesabına çalışan kadınların yaptıkları işten duydukları memnuniyet ve kendilerine olan güvenleri de dikkate alındığında, bu tür iş yapmanın kadınlara hiç olmazsa aile içinde ve yakın çevrelerinde pazarlık gücü kazandırdığı ve çalışmalarının daha kolay onaylandığı da söylenebilir. Kendi işinin sahibi olan kadınların çocuk sahibi olduklarında işlerine ara verme süresinin diğer alanlara göre daha kısa olması kadınların ne pahasına olursa olsun bu alanda kalmakta direndiklerinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Kuşkusuz bu noktada kendi işinin sahibi olan kadınların işletmeleri büyüdükçe ve kazançları attıkça çocuk bakımı için ücretli emeğe başvurma olanağının artmasını da değerlendirmeye katmak gerekmektedir (Bedük 2005).

Kadın girişimcilerin kendilerini işlerine adanmaları için çocuklarının emin ellerde olduğundan ve ihmal edilmediklerinden emin olmaları gerekmektedir. Bu nedenle aile içinde rol paylaşımı stratejisini takip eden kadın girişimciler çocuk bakımı konusunda ya aile içinden

(eş veya aile büyüklerinden) ya da dışarıdan profesyonel yardım almaktadır. Bu sayede aile hayatının düzenlenmesinde bir rol dağılımı yapılmaktadır ve kadın girişimciler işleri için yeterince zaman yaratabilmektedir (Nayır 2008).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin toplamda 102 tanesi Çizelge 6.50'de görüldüğü üzere ev işleri ve/veya çocuk bakım mesuliyetleri olduğunu belirtmişlerdir. Bu kadınların % 40,5'i ev işleri ve çocuk bakımında herhangi bir destek almadıklarını, % 27,9'u sadece temizlikçi desteği aldığını, % 0,9'u sadece bakıcı desteği aldığını, % 6,3'ü hem temizlikçi hem bakıcı desteği aldığını ve % 24,3'ü ise aile desteği alarak ev işleri ve çocuk bakımını gerçekleştirebildiklerini ifade etmişlerdir.

Çizelge 6.50. Ev İşleri ve Çocuk Bakımı

Ev işleri ve çocuk bakımı	n	%
Destek almıyorum	45	40,5
Temizlikçi desteği alıyorum	31	27,9
Bakıcı desteği alıyorum	1	0,9
Temizlikçi ve bakıcı desteği alıyorum	7	6,3
Aile desteği alıyorum	27	24,3
Toplam	102	100,0

Kadın girişimcilere göre ev işleri ve çocuk bakımı konusunda yapılan bir diğer çalışmalar değerlendirildiğinde tespit edilen bulgular aşağıdaki gibidir:

Demircioğlu'nun (2010) çalışmasına katılan kadın girişimcilerin % 43'ü ev işlerini kendisi yaparken, % 30'u yardımcı aldığını, % 8'i anne, kız kardeş, kız çocuk gibi aileden birisinin ev işlerini üstlendiğini, % 19'u ise ev işlerini eş ve çocuk gibi aile fertleriyle birlikte-ortaklaşa yaptıklarını belirtmiştir. Dolayısıyla örneklemedekilerin büyük çoğunluğunun ev işlerini kendilerinin üstlendiği söylenebilir, yine örneklemedekilerin önemli bir bölümü hem çalışma hayatının hem de ev işlerinin aksamadan yürümesi için yardımcı hizmet veren kadınlara başvurmaktadırlar. Burada dikkat çeken nokta ev işlerini aile içinde işbölümü yaparak hallettiklerini söyleyen kadın girişimcilerin sayısının beklenenden fazla olmasıdır. Örneklemedeki evli kadın girişimcilerin % 45'si ev işlerini kendisi yapmakta, bu oran bekâr kadın girişimcilerde % 33'e düşmektedir. Evli kadın girişimciler % 21'i oranında ev içinde iş bölümü yapıldığını belirtirken, aileleriyle birlikte yaşayan bekâr kadınların % 45'i ev işlerini

aileden birisinin yaptığını ifade etmiştir. Görüldüğü gibi bekâr kadın girişimciler genellikle ev işleri konusunda evli kadın girişimciler kadar sorumluluk sahibi olmayıp ev işlerini anneleri ya da aileden çalışmayan başka kadınların sorumluluğuna bırakmışlardır. Buna karşılık evli kadın girişimciler daha fazla yardımcı hizmete ihtiyaç duymakta bir bölümü de ev içi işbölümüyle bu problemi çözdüklerini belirtmektedirler.

Sayın'ın (2011) araştırmasında; kadın girişimciler için aile desteğinin önemli olduğunu ve kadının çalışma hayatında başarısı için aile desteğinin önemini vurgulanmasının yararlı olacağını belirtmiştir. Goffee ve Scase'in (1992) eserinde bekâr kadın girişimcilerin % 90'nının çalışmasına karşı çıkan olmamakla birlikte evli kadın girişimcilerin çalışmalarına % 63'lük bir oranla en çok eşlerinin karşı çıktığı görülmüştür. Eşlerin karşı çıkma sebepleri; kadının görevi olan ev işleri ve çocuk bakımının aksamasını istememe, kıskançlık ve kadının sosyal hayata entegre olmasını istememe şeklinde ifade edilmiştir. Özdevecioğlu ve Aktaş'ın (2007) araştırmasında; iş-aile kapsamı içerisinde değerlendirilen rol çatışması, uzun ve düzensiz çalışma saatleri, fazla mesai, kişinin işte bulunma süresinin uzunluğu gibi çeşitli iş özellikleri rol çatışmasının en önemli nedenleri arasında sayılmıştır. Bu bağlamda işteki çalışma süresi, katı iş programları ve işte stres yaratan durumlar ile iş-aile çatışması arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler ev işleri ve çocuk bakımı için % 40,5 oranında herhangi bir destek almadıklarını ifade etmişlerdir. Kadınların % 27,9'unun sadece temizlikçi desteği aldıkları, % 24,3'ünün ise ev işleri ve çocuk bakımı için aile bireylerinden destek aldıkları tespit edilmiştir.

6.6.3. Ebeveynlerle ikamet

Soysal (2010a); kadın girişimcilerin sosyo kültürel değerlerle ilgili en fazla önemsedikleri özelliklere değinmiştir. Bu özellikler; "akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış olma" ve "işbirliğine yönelik olma" olarak belirlenmiştir. Buna göre kadın girişimcilerin girişimcilikle en az ilişkilendirdikleri özellikler grubu, sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özellikleri olmuştur. Bunun nedeni ise; erkek egemen kapalı toplumda kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunabileceğine yönelik bir kültürün olmaması, eğitim sisteminde erkeğe öncelik verilmesi, kadının yerinin ev olduğuna yönelik yaygın inanışın

devam etmesi gibi toplumun ve bölgenin yerel değerlerinden kaynaklanan faktörler olarak ifade edilmiştir.

Girişimciliğin niteliğini ve boyutunu bireysel yeteneklerden daha çok toplumsal ortamlar belirlemektedir (Hancı 2004). Bu nedenle özellikle geleneksel değer yargılarının oldukça yoğun ve belirleyici olduğu ataerkil bir aile yapısının hala yaygın olduğu ülkemizde ebeveynlerle ikamet durumu Tekirdağ'daki kadın girişimciler açısından değerlendirilmiş ve Çizelge 6.51 oluşturulmuştur. Çizelgeye göre; kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu (% 82,9) ebeveynleri ile birlikte yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 6.51. Ebeveynlerle İkamet Durumu

Ebeveynler ile İkamet	n	%
Hayır	92	82,9
Evet	19	17,1
Toplam	111	100,0

Kadın girişimcilerin ebeveynleri ile ikamet durumu incelendiği diğer bir araştırmaya göre; Demircioğlu (2010) Eskişehir'deki kadın girişimcilerin % 60'ının ebeveynleri ile birlikte yaşadıklarını saptamıştır.

Eskişehir'deki kadın girişimcilerin aksine Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 82,9'u ebeveynleri ile ikamet etmemektedir. Bu durum kadınların iş sahibi olmalarının ev işlerine yardım veya çocukların bakımı gibi konularda ailelerine ihtiyaç duyma noktasında önemli bir yardım almadıklarının göstermektedir. Bu bağlamda kendi işinin sahibi olan kadınların işletmeleri büyüdükçe ve kazançları attıkça ev işleri veya çocuk bakımı için ücretli emeğe başvurma olanaklarının artmasından dolayı ebeveynler ile ikamet etmeyi tercih etmemektedirler.

6.6.4. Günlük çalışma saati ve karşılaşılan sorunlar

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işlerine günde kaç saat vakit ayırdıklarını gösteren değerler Çizelge 6.52'de verilmiştir. Bu değerlere göre günde 4-7 saat ve arası çalışan kadınların oranı % 7,2 ile 8 kadın, günde 8-11 saat ve arası çalışan kadınların oranı % 64,9 ile 72 kadın, günde 12-14 saat ve arası çalışan kadınların oranı % 26,1 ile 29 kadın ve günde 15

saat ve üstü çalışan kadınların oranı ise % 1,8 ile 2 kadın olarak tespit edilmiştir. Bu değerlere göre araştırmada yer alan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu işlerine günde 8 ve 11 saatleri arasında vakit ayırmaktadırlar.

Çizelge 6.52. Kadınların Günde Kaç Saat Çalıştıklarını Gösteren Dağılım

Günde kaç saat çalışıyor	n	%
4-7 saat	8	7,2
8-11 saat	72	64,9
12-14 saat	29	26,1
15 saat üstü	2	1,8
Toplam	111	100,0

Kadınların çalışma saatleri ile ilgili yapılan diğer bir çalışma değerlendirildiğinde kadınların çalışma saatleri ile ilgili olarak aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir.

Aykan'ın (2004) çalışmasında araştırmaya konu olan deneklerin % 92,2'lük oran ile çalışma saatleri haftada 40 saatin üstünde olan girişimcilerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yarısından fazlasının % 64,9 oran ile günde 8-11 saat arasında çalıştıkları tespit edilmiştir.

6.6.5. Çalışma hayatı boyunca karşılaşılan sorunların zorluk dereceleri

Girişimciler zamanı akıllıca planlamak ve kullanmak zorundadırlar çünkü zaman tasarruf edilemeyen, ödünç alınamayan, kiralanamayan, satın alınamayan, çoğaltılamayan ve bireyler üzerinde baskı yapan evrensel bir kaynaktır (Eren 2001). Girişimci, zaman planlaması ile zaman yönetimini en etkin şekilde yapabilmelidir. Günümüzde zamanı yönetebilme, kontrol edebilme ve onu etkin kullanabilme kadın girişimcilerin yaşam tarzı olmalıdır. Özellikle işletmenin ilk kurulduğu yıllarda girişimci, haftada 6-7 gün boyunca yüksek bir tempoda çalışır. Uzun süren bu çalışma saatleri nedeniyle girişimciler, aileleri, kişisel uğraşları ve hobileri için fazla zaman bulamaz hale gelirler. Bu anlamda serbest meslek sahibi olmak girişimcinin özel yaşamında kısıtlamalara gitmesine ve kişisel özverilerde bulunmasına neden olur. Bu nedenle girişimci işletmesini kurmak için ne ölçüde fedakârlıkta bulunmaya kararlı olduğunu kendisine sormalıdır (Erdoğan 2008).

Küreselleşen dünyada etkili ve pratik yoldan sorun çözme ve hızlı karar verme günümüz girişimcilerinin önemli özelliklerinden birisidir. Girişimci için karar verme önemlidir çünkü girişimin geleceğini veren kararlar belirlenmektedir (Şekerler 2006). Girişimciler sorunları fırsata dönüştürmek için hızlı ve doğru kararlar almalıdır. Girişimcilerin karar vermede kullanabilecekleri altı adım vardır. Bu adımlar (Turner 1993);

- Kararın amacının öncelikle ortaya konması,
- Amaçların önceliklere göre sıralanması,
- Birbirine alternatif çözümlerin geliştirilmesi,
- Tüm amaçları karşılayan en iyi alternatifin seçilmesi ile bir ön karar verilmesi,
- Ön kararın gelecekteki olası olumsuz etkileri ele alınmalı ve yeterince incelenmesi,
- Olumsuz etkileri giderici önlemler tasarlanıp uygulanarak son karar verilmesi olarak sıralanır.

Bu bağlamda Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunların önem derecesini belirlemeye yönelik olarak tabloda değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdelik dağılımlarına yer verilmiştir. Çizelge 6.53'de kadın girişimcilerin çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunların önem derecelerine yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere; çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunlara yönelik dokuz tane soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; kadınlar çalışma hayatları boyunca ilk sırada 3,29 ortalama ile fiziksel ve zihinsel yorgunluk, yıpranma yaşadıklarını, ikinci sırada ise 3,21 ortalama ile işlerinden kaynaklı zorluklar nedeniyle sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 6.53. Çalışma Hayatları Boyunca Karşılaştıkları Sorunların Zorluk Dereceleri

Değişken	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Ev işleri	2,59	1,10	18,0	28,8	35,1	11,7	6,3
Kendine zaman ayırma	2,93	1,14	10,8	26,1	31,5	21,6	9,9
Aileye zaman ayırma	2,63	1,14	14,4	38,7	24,3	14,4	8,1
İş kaynaklı sorunlar	3,21	1,06	3,6	22,5	36,9	22,5	14,4
Yorgunluk	3,29	1,20	3,6	30,6	18,0	27,9	19,8
Zaman yönetimi	2,90	1,14	10,8	28,8	27,9	23,4	9,0
Sosyal baskı	2,36	1,47	42,3	16,2	18,9	7,2	15,3
Aile baskısı	1,80	1,20	60,4	16,2	12,6	4,5	6,3
Kadın olmak	2,19	1,36	45,0	18,9	18,0	7,2	10,8

1= Hiç Zorlanmadım, 2= Pek Zorlanmadım, 3= Kararsızım, 4= Zorlandım Sayılır, 5= Çok Zorlandım

Kadın girişimcilerin çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunlar ile ilgili diğer araştırmalar değerlendirildiğinde aşağıdaki bulgular elde edilmiştir:

Demircioğlu'nun (2010) çalışmasına katılan bekâr kadın girişimcilerin yaklaşık % 90'ı işinin aile yaşantısını etkilemediğini söylerken, bu oran evli kadın girişimcilerde % 40'a düşmektedir. Evli kadın girişimcilerin % 30'u işin aile yaşamını olumsuz etkilediğini savunurken, diğer % 30'luk kesim olumlu etkilediğini belirtmiştir. Evli kadın girişimciler açısından çocuk sayısı arttıkça işin aile hayatını olumsuz etkileme oranının arttığı görülmektedir. İki çocuk sahibi kadın girişimcilerin % 17'si, 3 çocuk sahibi kadın girişimcilerin % 23'ü, 3 ve 4 çocuk sahibi kadınların ise % 50'si işin aile yaşamını olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir. Özetle çocuk sayıları dolayısıyla sorumlulukları artan kadın girişimciler işin aile hayatını olumsuz etkileyen bir faktör olduğunu düşünmektedirler. İşin aile hayatını olumsuz etkilediğini düşünen kadın girişimciler çoğunlukla yorgunluk ve fazla sorumluluk nedeniyle ailelerine yeterince zaman ayıramamaktan şikâyet etmektedirler.

Soysal'ın (2010a) makalesinde; aile ve sosyal yaşamda değişiklikler başlığı altında, kadın girişimciler aile, arkadaş ve çevrelerine daha faydalı olduklarını belirtmişlerdir. Kadın girişimciler aile yaşantısında herhangi bir değişiklik olmadığını belirtirken aynı zamanda sosyal ve kültürel yaşamında azalma olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak aile içi rollerinde aksamalar olduğunu, daha yoğun ve yorgun olduklarını ve çevrelerinin genişlediğini, ev işlerine yetişemediklerini belirtmişlerdir. Bu bulgulara göre kadın girişimciler iş hayatına girmekle her ne kadar ev işlerini aksatsalar ve daha yorgun ve yoğun olsalar da, sosyal yönden iş hayatının genelde olumlu yönlerinden önemli avantajlar elde ettikleri ifade etmişlerdir.

Belirlenen bulgulara göre Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunlar değerlendirildiğinde; 3,29 ortalama değer ile yorgunluk, 3,21 ortalama değer ile işten kaynaklı sorunlar ve 2,93 ortalama değer ile kadınların kendilerine zaman ayırmada zorlanmaları kadınların ilk üç sırada karşılaştıkları sorunlar olarak tespit edilmiştir.

6.7. Ek Bilgiler

6.7.1. Kadınların geldikleri bölgelere göre girişimcilik faaliyetlerinde bulunulan ilçeler

Son dönemlerde girişimciliği kişiye özgü karakteristiklerle açıklamanın dışında bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri ile birlikte değerlendiren çalışmalar da yoğunluk kazanmıştır. Bölgelerin sosyo-ekonomik özellikleri ile girişimcilik arasında oldukça belirgin ilişkiler bulunmaktadır (Zapalska ve Fogel 1998).

Kişiler hayatları boyunca ya medyadan ya dijital ortamlardan ya da kendi çevreleriyle gerçekleştirdikleri diyaloglardan girişimcilik üzerine uygunluk, tutarlılık ve etkinlik mesajları alırlar. Girişimciliğin uygunluğunu, tutarlılığını ve etkinliğini birlikte araştırarak kadın girişimcilerin hangi koşullarda girişimci olmak istediklerini ve girişimcilik faaliyetlerini sürdürdüklerini açıklamak mümkün olabilir. Toplumsal kültür kendi içinde ve kendi ile etkileşim halinde olan pek çok alt kültüre sahiptir. Girişimcilik niyetinin oluşmasında kadının içinde bulunduğu toplum tarafından verilen çeşitli mesajların etkili olduğu anlaşılmış ve dolayısıyla bu konuda farklı alt kültürlerin karşılaştırılması olarak incelenmesi gerektiği üzerinde durulmalıdır (Reardon ve Rogers 1998).

Bireyin içinde bulunduğu kültüründen etkilenme düzeyi, toplumun geleneksel ve modern değerlere sahip olup olmamasıyla ilişkilidir. Geleneksel toplumlarda bireyler kültürel değerlere daha sıkı bağlı iken modern değerlere sahip toplumlarda ise bireylerin toplumsal değerlere bağlılığı ve etkilenme düzeyi sınırlıdır (Erdem 2001).

Herhangi bir bölgenin küresel pazarlara açılmasında politik karar mekanizmaları, ülkede izlenen ekonomik politikalar, finans yapısı, teknolojik donanım gibi faktörlerin yanısıra sosyal ve kültürel süreçlerin de önemli etkisi bulunmakta; sosyal bir sermaye olarak kültürün etkili bir şekilde değerlendirilmesi yerel ve ulusal düzeyde yeni yapılanma eğilimlerinin uygulanmasını kolaylaştırmaktadır (Yetim 2008).

Sosyal sermaye kavramı özellikle 1990'lı yıllardan itibaren sosyal bilimlerde ilgi alanı haline gelmiştir. Ekonomik gelişmede insan sermayesinin yanı sıra kültüre özgü olan sosyal sermayenin (social capital) niteliği belirleyici olmaktadır. Sosyal sermaye, girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri ve sosyal ilişki ağlarıyla ortaya çıkardığı kaynaklar birikimidir

(Yetim 2008). Bu bağlamda kadın girişimcilerin sosyal sermaye olarak niteliklerini ve yeterliliklerini tanımlayabilmek önem arz etmektedir.

Araştırmada Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin geldikleri bölgeler ile girişimcilik faaliyetlerinde buldukları ilçeler arasındaki karşılaştırmayı incelemek üzere aşağıdaki çizelge oluşturulmuştur. Çizelge 6.54'de görüldüğü üzere; araştırmaya dâhil olan toplam 111 kadın işletmesinden Merkez ilçede girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınların % 50'si Trakya Bölgesi ve % 35'i Güney Marmara Bölgesinden, Çorlu ilçesinde girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınların ise % 43,3'ü Trakya Bölgesi ve % 33,3'ü Güney Marmara Bölgesinden gelen kadınlar oluşturmaktadır. Çerkezköy ilçesinde girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınların % 40,9'u Karadeniz Bölgesi ve % 27,3'ü İç Anadolu Bölgesinden, Malkara ilçesinde girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınların % 77,8'i Trakya Bölgesinden, Hayrabolu ilçesinde girişimcilik faaliyetlerini sürdüren kadınların % 57,1'i Trakya Bölgesi ve % 28,6'sı İç Anadolu Bölgesinden gelmişlerdir.

Çizelge 6.54. Kadınların Geldikleri Bölgelere Göre Girişimcilik Faaliyetlerinde Buldukları İlçelerin Dağılımı

İlçe	Bölge							Toplam
	Trakya	G. Marmara	Karadeniz	İ. Anadolu	Akdeniz	Ege	D.Anadolu	
Merkez	10 50,0%	7 35,0%	2 10,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	1 5,0%	20 100,0%
Çorlu	13 43,3%	10 33,3%	1 3,3%	2 6,7%	0 ,0%	2 6,7%	2 6,7%	30 100,0%
Çerkezköy	1 4,5%	0 ,0%	9 40,9%	6 27,3%	3 13,6%	0 ,0%	3 13,6%	22 100,0%
Malkara	7 77,8%	1 11,1%	0 ,0%	1 11,1%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	9 100,0%
Hayrabolu	4 57,1%	0 ,0%	0 ,0%	2 28,6%	0 ,0%	0 ,0%	1 14,3%	7 100,0%
Şarköy	2 40,0%	1 20,0%	1 20,0%	1 20,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	5 100,0%
M. Ereğlisi	1 25,0%	0 ,0%	1 25,0%	2 50,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 100,0%
Saray	4 57,1%	0 ,0%	2 28,6%	0 ,0%	1 14,3%	0 ,0%	0 ,0%	7 100,0%
Muratlı	3 42,9%	1 14,3%	1 14,3%	2 28,6%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	7 100,0%
Toplam	45 40,5%	20 18,0%	17 15,3%	16 14,4%	4 3,6%	2 1,8%	7 6,3%	111 100,0%

Elde edilen verilerin doğrultusunda; Çorlu ve Merkez İlçelerde % 50 oranında Trakya'nın yerlisi ve Güney Marmara Alt Bölgesinden gelen kadınların; Çerkezköy % 40,9 oranında Karadeniz Bölgesinden gelen kadınların; Malkara İlçesi % 77,8 ve Hayrabolu İlçesi % 57,1 oranlarında Trakya'nın yerlisi olan kadınların işveren konumunda en yoğun olarak girişimcilik faaliyetlerinde buldukları tespit edilmiştir.

6.7.2. Kadınların geldikleri bölgelere göre girişimcilik faaliyetlerinde bulunulan sektörler

Piyasa ekonomisinde iş başarısının en önemli belirleyicisi olan girişimci, içinde yer aldığı sosyal, ekonomik ve kültürel çevrenin bir ürünüdür. Girişimcilik ruhunun aile, çevre, eğitim, örf, adet ve geleneklerden etkilendiği kabul edilmektedir (Çakıcı 2006). Ataerkil toplumların tümünde geçerli olan geleneksel ideolojinin cinsiyetçi iş bölümü, kadını öncelikle ev işlerinden ve çocuk bakımından sorumlu kılmaktadır. Bu ise kadınların toplumsal üretimden uzaklaşmasına ve kendilerine öğretilip benimsenen toplumsal cinsiyet kalıplarına göre beceriler edinmesine neden olmaktadır. Kadınlar bu yüzden daha çok hizmetler sektöründe, sağlık, eğitim, tekstil, gıda gibi alanlarda kitlesel bir biçimde çalışmakta veya bu alanlarda iş yeri açmaktadırlar (Gürol 2000).

Araştırmada Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörler ile geldikleri bölgeler arasındaki bağlantıyı incelemek üzere aşağıdaki çizelge oluşturulmuştur. Çizelge 6.55'de görüldüğü üzere toplam 111 kadın işletmesinden % 13,5'i tarım ve hayvancılık, % 5,4'ü imalat, % 14,4'ü inşaat, emlak ve mühendislik, % 23,4'ü gıda pazarlama, restoran ve diğer hizmetler, % 27'si konfeksiyon ve dayanıklı tüketim malları pazarlama ve % 16,2'si otel, hastane ve eğitim hizmetleri sektörlerinde yer almaktadır.

Araştırma alanındaki kadın girişimcilerden Trakya Alt Bölgesi olan kadınlar daha çok % 26,7 oran ile konfeksiyon, dayanıklı tüketim malları pazarlama sektöründe, ikinci olarak % 24,4 oran ile gıda pazarlama, restoran, diğer hizmetler sektöründe ve üçüncü olarak % 22,2 oran ile tarım, hayvancılık sektöründe yer almaktadırlar. Güney Marmara Alt Bölgesinden gelen kadın girişimciler daha çok % 50 oran ile otel, hastane, eğitim hizmetleri sektörlerinde yer almaktadırlar. Karadeniz Bölgesinden gelen kadın girişimciler daha çok % 70,6 oran ile gıda pazarlama, restoran, diğer hizmetler sektöründe yer almaktadırlar. İç Anadolu Bölgesinden gelen kadın girişimciler daha çok % 62,5 oran ile konfeksiyon, dayanıklı tüketim malları pazarlama sektöründe yer almaktadırlar. Akdeniz Bölgesinden gelen kadın girişimciler % 50 olan oransal dağılımlar ile inşaat, emlak, mühendislik ve konfeksiyon, dayanıklı tüketim malları pazarlama sektörlerinde yer almaktadırlar. Ege Bölgesinden gelen kadın girişimciler % 50 olan oransal dağılımlar ile imalat ve inşaat, emlak, mühendislik sektörlerinde yer almaktadırlar. Doğu Anadolu Bölgesinden gelen kadın girişimciler % 42,9 oran ile inşaat, emlak, mühendislik sektörü ve yine % 42,9 oran ile konfeksiyon, dayanıklı tüketim malları

pazarlama sektöründe yer almaktadırlar. Araştırma alanı içinde Güney Doğu Anadolu Bölgesinden gelen kadın girişimciye denk gelinmemiştir. Bu durum Güney Doğu Anadolu Bölgesinde doğmuş ve büyümüş aile bireylerinin yatırımlarını öncelikli olarak kendi bölge sınırları içinde yaptıklarını savunan görüşlere örnek teşkil etmektedir.

Çizelge 6.55. Kadınların Geldikleri Bölgeler Göre Girişimcilik Faaliyetlerinde Buldukları Sektörlerin Dağılımı

İlçe	Bölgesel Köken							Toplam
	Trakya	G. Marmara	Karadeniz	İ. Anadolu	Akdeniz	Ege	D. Anad.	
Tarım, Hayvancılık	10 22,2%	5 25,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	15 13,5%
İmalat	2 4,4%	0 ,0%	0 ,0%	3 18,8%	0 ,0%	1 50,0%	0 ,0%	6 5,4%
İnşaat, Emlak, Mühendislik	5 11,1%	5 25,0%	0 ,0%	0 ,0%	2 50,0%	1 50,0%	3 42,9%	16 14,4%
Gıda, Rest. Diğer Hizm.	11 24,4%	0 ,0%	12 70,6%	3 18,8%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	26 23,4%
Konf. Dayanıklı Tük.	12 26,7%	0 ,0%	3 17,6%	10 62,5%	2 50,0%	0 ,0%	3 42,9%	30 27,0%
Otel, Hastane, Eğitim Hizm.	5 11,1%	10 50,0%	2 11,8%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	1 14,3%	18 16,2%
Toplam	45 40,5%	45 100,0%	20 100,0%	17 100,0%	16 100,0%	4 100,0%	2 100,0%	7 100,0%

Elde edilen verilerin karşılaştırılması doğrultusunda; doğma büyüme Trakya'nın yerlisi olan kadınların % 22,2 oranında daha çok tarım, hayvancılık ve % 26,7 oranında konfeksiyon, dayanıklı tüketim malları ticareti ile, Trakya dışındaki diğer Marmara Bölgesi illerinden gelip Tekirdağ'a yerleşmiş olan kadınların % 50 oranında turizm, sağlık ve eğitim hizmetleri ile, Karadeniz Bölgesinden Tekirdağ'a gelip yerleşmiş olan kadınların % 70,6 oranında yoğun olarak gıda sektöründe, İç Anadolu Bölgesinden gelip Tekirdağ'a yerleşmiş kadınların ise %

62,5 oranında konfeksiyon ve dayanıklı tüketim malları ticareti olarak sınıflandırılan sektörlerde girişimcilik faaliyetlerini yürüttükleri bulgulanmıştır.

6.7.3. Kadınların geldikleri bölgelere göre işletmelerinin kayıtlı olduğu meslek odaları

Araştırmada Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin geldikleri bölgeler ile kayıtlı oldukları meslek odaları arasındaki bağlantıyı incelemek üzere aşağıdaki çizelge oluşturulmuştur. Çizelge 6.56'da görüldüğü üzere araştırmaya dahil olan toplam 111 kadın işletme sahibinden Trakya Bölgesi kadın girişimcilerin % 64,4'ü Ticaret ve Sanayi Odalarına, % 35,6'sı Esnaf ve Sanatkarlar Odalarına kayıtlıdır. Güney Marmara Bölgesi kadın girişimcilerin % 70'i Ticaret ve Sanayi Odalarına, Karadeniz Bölgesi kadın girişimcilerin % 76,5'i Esnaf ve Sanatkârlar Odalarına kayıtlıdır. Araştırmaya dâhil olan İç Anadolu Bölgesi kadın girişimcilerin % 81,3'ü ve Akdeniz Bölgesi kadın girişimcilerin % 100'ü Esnaf ve Sanatkârlar Odalarına kayıtlıdır. Ege Bölgesi kadın girişimcilerin tamamı ve Doğu Anadolu Bölgesi kadın girişimcilerin % 85,7'si Ticaret ve Sanayi Odalarına kayıtlıdır.

Çizelge 6.56. Girişimci Kadınların Geldikleri Bölgelere Göre Kayıtlı Oldukları Meslek Odalarının Dağılımı

	Meslek Odaları		Toplam
	Ticaret ve Sanayi Odası	Esnaf ve Sanatkarlar Odası	
Bölge. Trakya	29	16	45
Köken	64,4%	35,6%	100,0%
G. Marmara	14	6	20
	70,0%	30,0%	100,0%
Karadeniz	4	13	17
	23,5%	76,5%	100,0%
İ. Anadolu	3	13	16
	18,8%	81,3%	100,0%
Akdeniz	0	4	4
	,0%	100,0%	100,0%
Ege	2	0	2
	100,0%	,0%	100,0%
D. Anadolu	6	1	7
	85,7%	14,3%	100,0%
Toplam	58	53	111
	52,3%	47,7%	100,0%

Elde edilen verilerin değerlendirilmesi doğrultusunda; % 64,4 oranında Trakya Bölgesi'nin yerlisi ve % 70 oranında Güney Marmara Alt Bölgesinden gelen kadınların Ticaret ve Sanayi Odalarına bağlı küçük ölçekli işletmeler kurdukları, % 76,5 oranında Karadeniz Bölgesinden ve % 81,3 oranında İç Anadolu Bölgelerinden gelerek Tekirdağ İlinde girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınların ise daha çok Esnaf ve Sanatkarlar Odalarına bağlı mikro ölçekli işletmeler kurdukları tespit edilmiştir.

6.7.4. Kadınların geldikleri bölgelere göre girişimcilik faaliyetlerinde buldukları işletme yapıları

Araştırmada Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin geldikleri bölgeler ile işletmelerinin statüleri arasındaki bağlantıyı incelemek üzere aşağıdaki çizelge oluşturulmuştur. Çizelge 6.57'de görüldüğü üzere araştırmaya dahil olan toplam 111 kadın işletme sahibinden anonim şirket sahibi olanların tamamı Güney Marmara Bölgesinde doğmuş büyümüş kadınlardan oluşmaktadır. Limitet şirket sahibi olan kadın işletmelerin % 59,3'ü Trakya Bölgesinde doğmuş büyümüş kadınlara, şahıs şirketi sahibi olan kadın işletmelerin % 33,3'ü Trakya Bölgesinden, % 16'sı Güney Marmara Bölgesinden, % 21,3'ü Karadeniz Bölgesinden, % 17,3'ü İç Anadolu Bölgesinden, % 5,3'ü Doğu Anadolu Bölgesinden ve % 1,3'ü Ege Bölgesinden gelen kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya dahil olan kolektif şirket sahibi kadın girişimcilerin tamamı Trakya Bölgesindedir. Tekirdağ ilinde araştırmaya konu olan kadınların % 67,6'sı şahıs işletmesi açarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunmayı tercih etmişlerdir.

Çizelge 6.57. Girişimci Kadınların Geldikleri Bölgelere Göre İşletme Statülerinin Dağılımı

	İşletme Statüsü				TOPLAM
	Anonim	Limited	Şahıs	Kolektif	
Bölge. Trakya	0	16	25	4	45
Köken	,0%	59,3%	33,3%	100,0%	40,5%
Güney Marmara	5	3	12	0	20
	100,0%	11,1%	16,0%	,0%	18,0%
Karadeniz	0	1	16	0	17
	,0%	3,7%	21,3%	,0%	15,3%
İç Anadolu	0	3	13	0	16
	,0%	11,1%	17,3%	,0%	14,4%
Akdeniz	0	0	4	0	4
	,0%	,0%	5,3%	,0%	3,6%
Ege	0	1	1	0	2
	,0%	3,7%	1,3%	,0%	1,8%
Doğu Anadolu	0	3	4	0	7
	,0%	11,1%	5,3%	,0%	6,3%
TOPLAM	5	27	75	4	111
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elde edilen verilerin değerlendirilmesi doğrultusunda; Tekirdağ İlinde Anonim Şirket sahibi olan kadınların % 100 oranında tamamının İstanbul, Bursa gibi Marmara Bölgesi İllerinden gelen kadınlar tarafından, Limited Şirket sahibi olan kadınların % 59,3 oranında Trakya'nın yerlisi olan kadınlar tarafından kurulan çok ortaklı işletmeler olduğu, Şahıs Şirketi sahibi olan kadınların çok çeşitli bölgelerden gelen kadınlar tarafından tercih edildiği ve mikro işletmeler düzeyinde girişimcilik faaliyetlerinde bulunulduğu tespit edilmiştir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizdeki girişimci kadın işletmelerinin büyük bir kısmı mikro ve küçük işletmeler statüsünde yer almaktadır. Bu bağlamda; ülkemizde küçük işletmelerin sorunları incelendiğinde kadınların öncelikle; ekonomik, sosyal ve siyasal koşullar ile teknolojik gelişim, haksız rekabet, bölgesel farklılıklar gibi kendi kontrolleri dışında oluşan olumsuzluktan etkilendikleri gözlenmektedir. Bunun yanında en çok sorunla karşılaşılan konular arasında; uygun koşullu finansman imkânlarının yetersizliği, bazı mevzuat düzenlemeleri, pazarlama bilgisi eksikliği, iletişimsel yetersizlikler, mesleki eğitim eksikliği, teknolojik bilgi eksikliği, planlama, vergi ve sosyal güvenlik uygulamaları, işyeri temini, ihracat yapamama, danışmanlık hizmetlerinin yetersizliği ile bürokratik işlemler sayılabilir.

Yukarda açıklanan bilgiler ışığında Tekirdağ ili girişimci kadın işletmelerinin öncelikli sorunları belirlenmiş olup bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

Tekirdağ İlindeki Ticaret ve Sanayi Odaları ve Esnaf Sanatkârlar Odalarına kayıtlı girişimcilik faaliyetlerini aktif olarak sürdüren işletme sahibi kadınların demografik, kişisel, iletişim, işletme, toplumsal cinsiyet özellikleri ve girişimcilikle ilgili düşünceleri tespit edilmiştir. Aynı zamanda girişimci kadınların iş kurma aşamasında, işlerini yürütme aşamasında ve çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunlar analiz edilmiş ve girişimci kadınların gelecek beklentileri üzerine bulgular değerlendirilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler ile ilgili elde edilen bulgulara göre; kadınların % 66,6'sının 31-50 yaş aralığında olması verimlilik çağındaki kadın sayısını göstermekte ve girişimcilik açısından olumlu bir durum arz etmektedir. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yarıdan fazlası ilçe merkezi doğumludur. Bu değer ilin gelişmişlik düzeyi yüksek iller arasında üst sıralarda yer almasından dolayı yüksek çıktığı ifade edilebilir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin hayatının büyük bölümü % 50,4 oranında şehirde, % 45,9 oranında ise ilçe merkezinde geçtiği tespit edilmiştir. Kadınların % 61,3'ü kendilerini şehir koşulları ile yetişmiş hissederken bu oran kendilerinin hem şehir hem köy koşulları ile yetişmiş olarak hisseden ve karışık köken özellikleri taşıyorum diyen kadınların oranı % 30,6

olarak bulgulanmıştır. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin $\frac{3}{4}$ 'ünden fazlasının yaşamının büyük bir bölümünü il ve ilçelerde geçirmesi girişimciliği pozitif yönde desteklemektedir.

Tekirdağ Trakya Bölgesinde sanayi ve ticaretin diğer Trakya illerine göre daha fazla geliştiği il olmasının yanında, İstanbul metropolüne yakın olmasından dolayı da bölgede girişimci fikirlerin hayata geçirilmesi noktasında tercih edilen ve göç alan il konumundadır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin büyük bölümünün evli olmaları kadınların girişimcilik faaliyetlerini yürütürken evliliği bir engel olarak görmediklerinin bir göstergesidir. Evli kadın girişimciler genellikle 2 çocuk sahibidir. Kadın girişimcilerin 3 ve daha fazla çocuk sahibi olmaları durumunda girişimcilik faaliyetlerine katılım oranlarının düştüğü saptanmıştır.

Tekirdağ kadın girişimcilerin % 66,7'sinin en az bir yabancı dil bildikleri saptanmıştır. Bu durum kadın girişimcilerin sektörel bakış açılarını, işleri ile ilgili bilgi kanallarını çeşitlenecek ve ürün veya hizmetlerin pazarlanmasını vb. etkinliklerin artışı destekleyeceğinden kadın girişimciliği açısından oldukça pozitif bir durum arz etmektedir. Tekirdağ'da yabancı dil bilen kadın girişimcilerin sayısı arttıkça kadınların sektörel bakış açıları genişleyecek, işleri ile ilgili bilgi kanalları çeşitlenecek ve ürün veya hizmetlerini pazarladıkları platformlarda etkinlikleri artış gösterecektir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin toplamda % 44,1 ile (% 38,7 + % 5,4) lisans ve lisansüstü eğitim seviyelerine sahip olmaları girişimcilik faaliyetlerinde bulunma oranını artırmaktadır. Tekirdağ'daki kadınların geleneksel yapısına uygun eğitime önem verilmeli, eğitim kalitesi ile sosyal, kültürel ve teknolojik çevrenin Tekirdağ ilinin mevcut sosyo-kültürel yapısına göre yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Çünkü Tekirdağ'daki kadınların girişimcilik tercihlerinde geçmişten gelen sosyo-kültürel yapının etkili olduğu görülmüştür. Bu bağlamda kadın girişimcilerin eğitim seviyesi arttıkça, kadınların çalışma hayatları boyunca karşılaşacakları sorunları ön görme ve bu sorunlara çözüm getirebilme yetenekleri de gelişme gösterecektir.

Tekirdağ İlindeki kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri irdelendiğinde en çok önlisans/lisans mezunu kadın girişimciye rastlanmıştır ve bu kadınlar Trakya (% 37), Güney Marmara (35), Karadeniz (% 12) ve Doğu Anadolu (% 12) Bölgelerinden gelen kadınlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Lise düzeyinde eğitim seviyesine sahip girişimci kadınların % 61'i Trakya Alt Bölgesi kökenlidir. Lisansüstü eğitim % 50 oranında Güney Marmara Alt Bölgesi kökenli kadınlarda tespit edilmiştir. Bu bağlamda Trakya ve Güney Marmara Alt Bölgelerini içine alan Marmara Bölgesi genelinde kadınlar için eğitim olanaklarının yüksek olduğu saptanmıştır ki bu durum girişimcilik açısından önemli bir gelişimdir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 41,4'lük kısmının mesleki eğitim almadıkları tespit edilmiştir. Ancak % 58,6'sının mesleki eğitim almış olmaları girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınların çalışma hayatlarında karşılaştıkları sorunların çözümünü kolaylaştırmak açısından önem arz etmektedir.

Tekirdağ kadın girişimcilerin mesleki eğitim ile ilgili görüşleri, istekleri irdelendiğinde başta pazarlama olmak üzere (% 72,5) finans, yönetim, insan ilişkileri, genel girişimcilik, teknolojik yenilikler vb. eğitimlerin gerek iş yaşamlarında gerek sosyal hayatlarında kendilerine olumlu kazanımlar sağlayacağına görüşünde oldukları saptanmıştır. Bu görüş ve istekler girişimciliği pozitif yönde destekleyen etmenlerdendir. Kadın girişimciler alacakları mesleki eğitimler ile girişimci kişilik özelliklerini farklı mesleki alanlara taşıyarak yenilikçi, rekabetçi ve bilgiye dayalı iş alanlarına yönelecekleri görüşünde birleşmektedirler.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler kendilerini ve işlerini geliştirmek üzere alacakları; pazarlama, finans, yönetim, insan ilişkileri, genel girişimcilik ve teknolojik yenilikler ile ilgili eğitimlerin gerek iş yaşamlarında gerek sosyal hayatlarında kendilerine olumlu kazanımlar sağlayacağına bilincindedirler. Girişimci kadınların eğitim eksikliği hissettikleri ve sorun olarak gördükleri en önemli süreç pazarlama faaliyetleridir. Bu nedenle Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 72,5 ile "çok faydalı" gördükleri pazarlama eğitimlerinin (yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası, dijital, vb.) iş yaşamlarında karşılaştıkları sorunları aşmada kendilerine maksimum yarar sağlayacağı konusunda hemfikir oldukları tespit edilmiştir. Sonuç olarak kadınların işlerini geliştirmek üzere alacakları eğitimlerden fayda göreceklarine inandıkları; özellikle pazarlama, insan ilişkileri ve genel girişimcilik eğitimlerini finans, yönetim ve teknoloji eğitimlerinden daha faydalı gördükleri tespit edilmiştir.

Tekirdağ'da eğitim sisteminin iş piyasasının talep ettiği insan gücünü karşılar hale gelebilmesi için mutlaka eğitim ile bölgesel faaliyetlerinde eksikliği bulunan sektörel iş kolları arasında köprülerin kurulması, üniversitenin sektörler ile yakın işbirliği içinde olarak bilgili, tam donanımlı girişimci adayları yetiştirmesi sağlanmalıdır. Mesleki eğitimin özendirilmesi, işletmelerin ve meslek kuruluşlarının bu alanda daha aktif olabilmeleri için mesleki eğitim yapan işletmeler ve meslek kuruluşlarının beşeri, teknik ve mali açılardan teşvik edilmeleri şarttır. Bu durum meslek liselerinde gereğinden fazla açılmış olan çeşitli programları gözden geçirilmesi, bu programlarda görev alan meslek dersi öğretmenlerinin niteliklerinin iyileştirilmesi ve ders programlarının güncelleştirilmesi gerektiğinin bir göstergesidir. Başta Ar-Ge olmak üzere kaliteli hammadde ve işgücünün verimliliğini arttıracak eğitim yatırımları gibi alanlarda, gerek devletin gerekse sektörde önde gelenlerin bugünkünden daha fazla kaynak aktarması gerekmektedir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre kadınlar başarılı girişimcilerde öncelikle olması gereken kişilik özellikleri olan; kendine güvenme, risk üstlenme ve rekabetçi olma gibi özelliklerden ziyade feminen kişilik özelliklerinin kendilerinde daha ön planda olduğunu belirtmişlerdir. Bu özellikler; dürüst, sabırlı, fedakar, gerçekçi ve kararlı olma kişilik özelliklerinin kadınların kendilerini tanımlamada kullandıkları özellikler olduğu bulgulanmıştır. Tekirdağ'daki kadın girişimciler iş yaşamında karşılaştıkları sorunlar karşısında mevcut durum ve düşünceleri dürüst bir şekilde değerlendirme, sabırlı olma, fedakar olma, gerçekçi olma ve kararlı olma kişilik özelliklerine sahiptirler. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin kişilik özellikleri yapılan faktör analizinde de fedakarlık, duygusallık, sevecenlik gibi kişilik özelliklerini ile kadınların feminen doğalarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Girişimci kadınlara göre başarılı bir girişimcide bulunması gereken kişilik özelliklerini gruplandıran başlıca faktörler yüzdelerinin büyüklüklerine göre büyükten küçüğe; risk alabilme, çalışkan olma, zeki olma, iletişim becerisine sahip olma ve özgüven sahibi olma şeklinde tespit edilmiştir. Girişimciliğin en önemli unsurlarından biri olan kişilerin risk alma cesaretine sahip olabilmesi bir işletmeyi kurmak ve sonrasında işletme faaliyetlerinin devamlılığını sağlamak açısından önem arz etmektedir. Başlanan bir girişimcilik faaliyetinin sürdürülebilir olması için kadının işletmesinde sorumluluklarını üstlenip sürekli çalışma azmi göstermesi gerekmektedir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin babaları % 68,5 oranında, anneleri ise % 21,6 oranında hayatlarının belirli bir döneminde girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Ebeveynlerin girişimcilik durumlarının değerlendirildiğinde girişimci kadınlar açısından babanın model girişimci olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin İngilizce konuşabilme dereceleri Ticaret ve Sanayi Odalarına kayıtlı işletme sahipleri arasında daha yüksek oranda bulunmakta, girişimci adayının iş kurma, işini geliştirme ve araştırma aşamasında çok zorunlu bir gereklilik olmamasına karşın bazı araştırmaların yabancı dilde yayınlanması, özellikle yurtdışı bağlantılı bir iş kuracaksa pazar araştırması yapması ve gelecekte gerçekleştireceği dış ticaret çalışmalarında mail, telefon ve birebir görüşmelerinde İngilizce bilmenin gerekli olacağı kadınlar tarafından ifade edilmiştir. Girişimci için pazar bulma ve yurt dışına açılma konusunda karşılaşılan başlıca sorun yeterli düzeyde İngilizce bilmemekten kaynaklanmaktadır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yurt dışına seyahat durumları değerlendirildiğinde % 58,6 ile yarıdan fazlasının hayatları boyunca yurt dışına hiç çıkmadıkları tespit edilmiştir. Bu durum Tekirdağ kadın girişimciliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Kurum ve kuruluşların desteğiyle yurt dışı seyahatlerinin organize edilmesi kadın girişimciliğinin gelişimini destekleyebilir.

Kadın girişimcilerin yurt dışında işbirlikleri kurmak ve faaliyet konuları ile ilgili seminer, konferans ve fuarlara vb. etkinliklere katılmak üzere yapacakları yurt dışı seyahatlerinde, başta AB üyesi ülkeler olmak üzere tüm ülkelerde vize kolaylığı sağlanması amacıyla girişimlerde bulunulmalıdır. Kadın girişimciler tarafından emek yoğun olarak üretilen malların dış pazarlarda tanıtılmasına ve pazar bulmalarına katkı sağlayacak fuarlara katılmaları temin edilmeli, mevcut olan özel teşvik sistemleri geliştirilmeli ve bunlara erişim imkanlarının kolaylaştırılması sağlanmalıdır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 85,6 oranında büyük çoğunluğu interneti kullandıklarını ve internet üzerinden araştırma yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum kadınların kendilerini geliştirmeye açık olduğunun göstergesidir ve girişimciliği olumlu yönde desteklemektedir. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin internet üzerinden araştırma yaptıkları

konuların başında % 13,6'lık oran ile kurslar, eğitimler, toplantılar, fuarlar gibi faaliyetler ilk sırada tespit edilmiştir. Kadınların yaptıkları iş ile ilgili piyasa değerlendirmesi ve fiyat kıyaslamaları % 13,4'lük oran ile ikinci sırada; haber, ekonomi ve siyaset takibi ise % 12,2'lik oran ile üçüncü sırada tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin desteklerden haberdar olma durumları değerlendirilmiş ve % 65,8 oranında araştırmaya katılan kadınların yarıdan fazlasının verilen desteklerden haberdar oldukları tespit edilmiştir. Bu durum girişimciliği pozitif yönde etkilemektedir. Ancak kadınlar girişimcilere verilen herhangi bir destekten % 81,1 oranında yararlanmadığı tespit edilmiştir. Bu girişimcilik açısında olumsuzluk arz etmektedir.

Tekirdağ kadın girişimcilerin politika ile ilgilenen ve politik gündemi yakından takip eden kadınların oranı % 37,8 olarak tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin % 64,0 oran ile kadınların yarıdan fazlasının herhangi bir siyasi katılım içinde bulunmadıkları, % 82,9 oran ile büyük çoğunluğunun herhangi bir siyasi partiye üye olmadıkları, % 89,2 oran ile büyük çoğunluğunun ise herhangi bir siyasi parti yönetiminde yer almadıkları tespit edilmiştir.

Tekirdağ kadın girişimcilerin iş kurma aşamasında sermaye teminin % 45'lik oran ile aile ve akrabalarından sağlanmaktadır. Kendi birikimlerini % 29'luk oran ile ikinci sırada kullanan girişimci kadınlar hibe, teşvik gibi devlet desteklerinden yararlanarak veya kuruluş sermayesini ortağından temin ederek ortak işletme kurma yoluna gitmemektedirler. Geleneksel kadın girişimciler tanımına uyan bu kadınlar işletmelerini kurma aşamasında karşılaştıkları önemli bir sorun olarak gördükleri sermaye teminini öncelikli olarak aile ve akrabalarından sağladıklarını ancak çeşitli zorluklarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin öncelikle aile ve akrabalarından işletme kuruluş sermayesi temin etmeleri, kadınların giriştikleri işte başarısız konuma düşmeleri durumunda geri ödemeye mecbur kalacakları borç yükü altına girmeyi risk olarak gördüklerinden kaynaklandığı gözlem ve mülakatlarda saptanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin temel sorun alanlarından biri finansman ihtiyaçlarının yeterli düzeyde karşılanamamasıdır. Kadınlar sahip olduğu bir takım özellikler nedeniyle ve ekonomik gelişmelere bağlı olarak kredi temininde ve kullanımında sorunlar yaşamaktadır. Kadınlar krediler, teşvikler, hibeler gibi desteklerden haberdar olsalar bile

desteklerden yararlanamamaktadırlar. Kredi temini önündeki en önemli engellerden biri ise bankaların istediği yeterlilikte teminat gösterememektir. Bankaların kredi verirken istediği teminat, özellikle mikro ölçekli kadın işletmeleri açısından çoğu kez yerine getirilemeyecek kadar ağır olmaktadır. Giderek daha rekabetçi bir ekonomik ortamda faaliyetlerini sürdürmek zorunda kalan kadın girişimciler iş hacimlerini genişleterek büyümek istediklerinde, acil kaynak gereksinimi duymaktadır. Bu talebin karşılanması amacıyla; kadın girişimci işletmelerin geliştirilmesi, yeni istihdam olanaklarının sağlanması, teknolojik yenilenmeye gidilmesi ve ürün kalitesinin geliştirilmesi, kredileri limitlerinin yükseltilmesi, vade uzatımı ve faiz indirimi gibi desteklerle daha cazip hale getirilmesi gerekmektedir. Tekirdağ genelinde bölgesel, sektörel ve meslekler itibarıyla yapılacak tespit ve değerlendirmelere göre “mesleki krediler” verilmelidir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin yapısının % 67,6 oranında şahıs şirketi statüsünde olması kadınların küçük çapta girişimcilik faaliyetlerinde bulduklarının göstergesidir. Bu bağlamda kadın girişimci işletmelerin sermaye şirketlerinden çok şahıs işletmesi niteliğinde olduğu ve özellikle mikro ve küçük işletme büyüklüğünde kuruldukları tespit edilmiştir.

Kadın girişimci işletmelerinin en önemli sorunlarından biri olan sektördeki haksız rekabet ortamıdır. Kadın girişimci işletmelerinin daha çok mikro işletmeler seviyesinde olmasından dolayı sektördeki haksız rekabet çok sayıda işletmeyi olumsuz etkilemekte ve özellikle işletmelerin süreklilik göstermeden işyerlerinin kapanmasına neden olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi sektör için çalışma kurallarının konulmaması mikro ve küçük işletmeleri yok olma sürecine sokmaktadır. Avrupa ülkelerinde özellikle kent merkezlerinin dışında tutulan büyük alışveriş merkezleri, ülkemizin hemen tüm illerinde bugün mahalle aralarına kadar girmiştir. Tekirdağ merkez ilçesinde bulunan Tekira Alışveriş Merkezi bu durumun en canlı örneğidir. Özellikle mikro ve küçük işletmelerin maruz kaldığı haksız rekabetin önlenmesi için; faaliyet gösterilen sektörlerde yeni işyerlerinin açılmasının kuralları ve çalışma süreleri belirlenmelidir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin pazar durumları kadın işletmelerin ürünlerini veya hizmetlerini pazarladıkları piyasa daha çok (% 82,9) yerel pazar olduğu saptanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerinin çalışan sayıları % 77,5 oranında işletme sahibi dahil en fazla 5 kişinin çalıştığı bulgulanmıştır. Bu bulguya göre istihdam edilen işçi sayısına göre işletme büyüklüğü kapsamında bir değerlendirme yapmak gerekirse, kadın girişimcilerin sahip oldukları işletmelerinin önemli bir oranının mikro ölçekli işletmelerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yarıdan fazlasının % 64,9 oran ile günde 8-11 saat arasında çalıştıkları tespit edilmiştir. Kadın girişimcilere göre çalışma hayatları boyunca karşılaştıkları sorunlar değerlendirildiğinde; 3,29 ortalama değer ile yorgunluk, 3,21 ortalama değer ile işten kaynaklı sorunlar ve 2,93 ortalama değer ile kadınların kendilerine zaman ayırmada zorlanmaları kadınların ilk üç sırada karşılaştıkları sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci işletmelerin aylık ortalama gelirleri tespit edilmek istenmiş gelir beyan eden girişimci kadınların % 27,9'u işletme gelirlerinin 1000-3000 TL (559-1676 \$) arasında olduğunu ifade etmişlerdir (1 ABD Doları = 1,790 Türk Lirası, Tarih: 01/09/2012).

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 85,6 oranında büyük çoğunluğunun bilgisayar kullanmayı bildikleri ancak % 71,2 oranında işletmenin web sitesinin olmadığı tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin % 85,6'sının PC kullanımı girişimciliği önemli ölçüde desteklerken, % 71,2'sinin web sitesi olmaması girişimcilik açısından olumsuzluk arz etmektedir. Kadınlar pazarladıkları ürün ve hizmetlerin piyasada daha fazla tanıtımını sağlama açısından işletme web sitesi olmasını gerekli görmekte ancak işletmenin web sitesi olmasının masrafları artıracak bir unsur olarak gördüklerinden sanal ortamda pazarlama faaliyetlerine çekimser bakmaktadırlar.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre gelecek planlarının önem dereceleri; ilk sırada % 83,8 ile "sektörde kalıcı olma" yer almaktadır. Sonrasında ise; % 80,2 ile "kaliteyi iyileştirme" ve % 76,6 ile "karlılığı artırma" hedefleri ile Tekirdağ'daki kadın girişimciler yaptıkları iş ile ilgili gelecek planlarını ifade etmişlerdir. Girişimcilerin en önemli özelliklerinden birisi olan geleceğe yönelik planlar yapmaları içinde büyüme ve genişleme de yer almaktadır. Özellikle Tekirdağ'daki kadın girişimciler büyümeyi işletme stratejisi olarak

görmekte ve bu doğrultuda çalışmalarına yön vermektedirler. Ancak sonuçlarını hesaplayamayacakları riskleri almaktan da kaçınmaktadırlar.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işletmelerini kurma aşamasında “çok zorlandıkları” sorunların başında % 20,7 ile “kira ödemeleri” yer almaktadır. Sonrasında ise; % 13,5 ile “tanınmamışlık” ve % 12,6 ile “uygun eleman temini” Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işletmelerini kurma aşamasında en fazla zorluk çektikleri sorunlar olarak bulgulanmıştır. Genel olarak kadınların işlerini kurma aşamasında önemli sayılabilecek düzeyde zorluk ile karşılaşmadıkları tespit edilmiştir. Ancak kira ödemeleri, uygun eleman temini ve tanınmamışlık; sermaye temini, bürokratik engeller, deneyimsizlik, kredi temini, uygun yer seçimi, uygun materyal temini ve iş piyasasında kadın olma gibi zorluklara kıyasla daha yüksek zorluk derecesinde değerlendirilmiştir. Özellikle kredi teminini zorluk olarak gören kadınların orta derece zorlanmış olmayı ifade eden % 55,9'luk oranı aslında iş kurma aşamasında kredi kullanmak yerine, kadınların kendi birikimleri veya aile ve akrabalarından temin ettikleri sermaye ile işlerini kurduklarını göstermektedir. Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları sorunlar değerlendirildiğinde ise; % 35,1 ile “pazarlama”, % 32,4 ile “vergi ödemeleri” ve % 30,6 ile “borç ödemeleri” en fazla zorluk çektikleri sorunlar olarak bulgulanmıştır.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin yaptıkları işten memnun olma durumlarına göre; % 64,9 olumlu, % 35,1 oranında ise kısmen olumlu olarak tespit edilmiştir. Bu bulgu kadın girişimciliğini olumlu desteklemektedir. Kadın girişimcilerin şu anda yaptıkları iş yerine yapmak isteyebilecekleri diğer işler değerlendirildiğinde; ilk sırada % 38,8 oranında kadınların aynı işe devam etmek istedikleri, ikinci sırada ise % 30,6 oranında kamuda memur olarak çalışmak istedikleri tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilere göre ilde girişimcilik faaliyetlerinde bulunuyor olmak büyük oranda (% 64,9) dezavantajlar içermemektedir. Kadın girişimcilere göre ilde girişimcilik faaliyetlerinde bulunuyor olmanın dezavantaj olarak görüldüğü sorunların en başında % 14,4 oranında pazarlama sorunları ve ikinci sırada % 9 oranında uygun eleman ve materyal temin sorunları olarak tespit edilmiştir. Kadınlar toplumsal cinsiyet rollerinin yarattığı sosyal baskı ve aile ile ilgili sorunlardan dolayı ilde iş yapıyor olmanın herhangi bir dezavantaj oluşturmadığını ifade etmişlerdir.

Tekirdağ'daki kadın girişimciler % 51,4 oranında ailelerinin işlerinden daha önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Kadınlar ev işleri ve çocuk bakımı için % 40,5 oranında herhangi bir destek almadıklarını ifade etmişlerdir. Kadınların % 27,9'unun sadece temizlikçi desteği aldıkları, % 24,3'ünün ise ev işleri ve çocuk bakımı için aile bireylerinden destek aldıkları tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimcilerin % 82,9'u ebeveynleri ile ikamet etmemektedir. Bu durum kadınların iş sahibi olmalarının ev işlerine yardım veya çocukların bakımı gibi konularda ailelerine ihtiyaç duyma noktasında önemli bir yardım almadıklarının göstermektedir. Bu bağlamda kendi işinin sahibi olan kadınların işletmeleri büyüdükçe ve kazançları attıkça ev işleri veya çocuk bakımı için ücretli emeğe başvurma olanaklarının artmasından dolayı ebeveynler ile ikamet etmeyi tercih etmemektedirler.

Tekirdağ'ın Çorlu ve Merkez İlçelerde % 50 oranında Trakya'nın yerlisi ve Güney Marmara Alt Bölgesinden gelen kadınların; Çerkezköy % 40,9 oranında Karadeniz Bölgesinden gelen kadınların; Malkara İlçesi % 77,8 ve Hayrabolu İlçesi % 57,1 oranlarında Trakya'nın yerlisi olan kadınların işveren konumunda en yoğun olarak girişimcilik faaliyetlerinde buldukları tespit edilmiştir.

Doğma büyüme Trakya'nın yerlisi olan kadınların % 22,2 oranında daha çok tarım, hayvancılık ve % 26,7 oranında konfeksiyon, dayanıklı tüketim malları ticareti ile, Trakya dışındaki diğer Marmara Bölgesi İllerinden gelip Tekirdağ'a yerleşmiş olan kadınların % 50 oranında turizm, sağlık ve eğitim hizmetleri ile, Karadeniz Bölgesinden Tekirdağ'a gelip yerleşmiş olan kadınların % 70,6 oranında yoğun olarak gıda sektöründe, İç Anadolu Bölgesinden gelip Tekirdağ'a yerleşmiş kadınların ise % 62,5 oranında konfeksiyon ve dayanıklı tüketim malları ticareti olarak sınıflandırılan sektörlerde girişimcilik faaliyetlerini yürüttükleri bulgulanmıştır.

Tekirdağ'da % 64,4 oranında Trakya Bölgesi'nin yerlisi ve % 70 oranında Güney Marmara Alt Bölgesinden gelen kadınların Ticaret ve Sanayi Odalarına bağlı küçük ölçekli işletmeler kurdukları, % 76,5 oranında Karadeniz Bölgesinden ve % 81,3 oranında İç Anadolu Bölgelerinden gelerek Tekirdağ İlinde girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınların ise daha çok Esnaf ve Sanatkarlar Odalarına bağlı mikro ölçekli işletmeler kurdukları tespit edilmiştir.

Tekirdağ'da anonim şirket sahibi olan kadınların tamamının İstanbul, Bursa gibi Marmara Bölgesi İllerinden gelen kadınlar tarafından, limited şirket sahibi olan kadınların % 59,3 oranında Trakya'nın yerlisi olan kadınlar tarafından kurulan çok ortaklı işletmeler olduğu, şahıs şirketi sahibi olan kadınların çok çeşitli bölgelerden gelen kadınlar tarafından tercih edildiği ve mikro işletmeler düzeyinde girişimcilik faaliyetlerinde bulunulduğu tespit edilmiştir.

Tekirdağ'daki kadın girişimci sayısını artırmak ve hali hazırda girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadınların beklentilerini ve kazançlarını artırmak için işlerini ve pazar paylarını büyütmek gerekmektedir. Bu bağlamda il genelinde ilçeler ve sektörler bazında hizmet verecek Girişimci Kadın ve Dayanışma Merkezi kurulmalıdır.

- Kendi işine yürütmek isteyen kadın girişimci adaylar için ilin mevcut durumu değerlendirilmeli ve iş fırsatları yaratılmalıdır.
- Kadınlar için girişimciliği artırmaya yönelik programlar düzenlenmelidir.
- Kendi işini kurmak isteyen kadınların girişimcilik eğitimlerine erişim olanakları kolaylaştırılmalıdır.
- MEB, İŞKUR, Üniversite ve diğer kurumlar tarafından kadınlara yönelik mesleki ve teknik eğitim projeleri üretilmelidir.
- Kadınların özgüvenini artırma ve girişimciliğe motive etmeye yönelik kişisel eğitim programları hayata geçirilmelidir.
- Kadınları girişimciliğe yönlendirmek açısından kurumlar arası işbirliği geliştirilmelidir.
- Eğitim ve benzeri faaliyetlerle cinsiyet eşitliği konusunda bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.
- Kadın girişimciliği konusunda çalışan STK'lar etkin kılınmalı, katılımçılık geliştirilmelidir.
- Kadınları girişimciliğe yönlendirmek için mahallelere çocuk ve yaşlı bakım evleri kurulmalıdır.
- KOSGEB ve İŞKUR kaynaklarının kadın girişimciler açısından daha etkin kullanımı için bilgilendirme faaliyetleri yapılmalıdır.

- Kadınlara meslek edindirmenin önemine her fırsatta değinilerek ildeki sektörel ihtiyaçlar doğrultusunda girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak isteyen kadınlar eğitime tabi tutulmalıdır.
- Kadın el emeği ürünler değerlendirilmeli ve pazarlanması için satış yerleri oluşturularak kadınlar girişimciliğe teşvik edilmelidir.
- Sektörde büyük firmaların kadınlar tarafından mikro işletmeler düzeyinde yapabilecekleri işler firmaların ihtiyaçları doğrultusunda kadınlara tanıtılmalıdır.
- İlde kadınlar tarafından çocuk bakımı, yatalak hasta veya yaşlı bakım merkezleri kurulabilmesi için projeler desteklenmelidir.

Tekirdağ'ın İstanbul gibi metropol şehrin komşusu olması İstanbul'un beşeri yükünü hafifletmesi açısından konum itibarıyla coğrafi önem arz etmektedir. İstanbul metropolünü rahatlatacak göç planı ile birlikte İstanbul'un en eski organize sanayi bölgelerinden olan İkitelli ve Dudulu OSB'lerinin Ergene Havzası içine yani Çorlu ve Çerkezköy OSB'lerinin hemen yanına taşınacak olması ilin büyük ölçüde hareketlenmesine sebep olacaktır. Tekirdağ'da yer alan Ergene Havzası'nda sanayi tesislerinin yarattığı kirliliği önlemek için yedi tane "ıslah organize sanayi bölgesi" kurulması planlanmaktadır. Planlanan bu proje ile birlikte yaklaşık 1 milyon kişinin Tekirdağ'a göç edeceği tahmin edilmektedir.

Tekirdağ'da kadın girişimciliğinin geliştirilmesi yoluyla, bugüne kadar büyümesini ağırlıklı olarak il dışından gelen, özellikle İstanbul'un etkisiyle yoğunlaşan yatırımlarla sağlayan ilin beşeri ve mali kaynakları harekete geçirilmelidir. Bu bağlamda Tekirdağ kadınının ekonomik gelişmeden daha fazla pay alması, ekonomik gelişmenin sosyal bütünleşmeye daha fazla katkıda bulunması sağlanabilir. Bu öncelik kapsamında:

1. Namık Kemal Üniversitesi, Trakya Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları, KOSGEB ve İŞKUR işbirliği ile yeni bir işletme kurmak isteyen veya işini yeni kurmuş kadın girişimciler için iş geliştirmeye yönelik bilgi ve beceri düzeylerini arttırıcı eğitimler düzenlenmeli ve yayım faaliyetleri yapılmalıdır.

2. Potansiyel kadın girişimcilerin cesaretlendirilebilmesi için başarılı kadın girişimcilerin ve girişimcilik örneklerinin tanınması yönünde farkındalık faaliyetleri yürütülmelidir.

3. Girişimciliğe başlamak isteyen veya yeni başlamış kadın girişimler için destek ve finansman modelleri geliştirilmelidir. Kırsaldaki kadın üreticileri örgütlenmeleri yoluyla girişimciliğin geliştirilmesine yönelik faaliyetler yapılmalıdır.

4. Tekirdağ'da girişimcilik kùltürünün yerleştirilmesi amacıyla mesleki eğitim kurumlarında bu kapsamda yapılacak eğitim faaliyetleri yanında okul-işletme işbirliğini geliştirici faaliyetler desteklenmelidir.

Tekirdağ'da yer alan sanayi tesislerinin bir kısmının vergi kayıtlarının İstanbul'da olması ve ticari işlemlerini il dışından yürütmeleri rağmen, ilin sahip olduğu KOBİ varlığı yanında İstanbul ve Avrupa pazarlarına olan yakınlığı dolayısıyla önemli bir ticaret potansiyeline sahiptir. Ancak ildeki işletmelerin dış pazarlara yeterince nüfuz edemediği gör÷lmektedir. Bunun nedenlerinden biri işletmelerin kurumsallaşma, markalaşma ve yenilikçilik alanlarında yeterli kapasiteye sahip olamamaları ve pazarlama stratejisi geliştirememeleridir. Özellikle Avrupa pazarlarına yönelik dış ticaret kapasitesinin geliştirmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda kadın girişimcilerin yerel ve yurt içi pazarlar dışında, yurt dışı pazarlara da ürün ve/veya hizmet sunmalarını sağlayacak faaliyetlere öncelik verilmelidir. Bölgede kadın girişimci işletmeler tarafından üretilen ürünler tespit edilerek ihracata uygun olan ürünlerin pazar araştırmaları yapılmalı, bu kapsamda özellikle sınır komşusu olan Yunanistan ve Bulgaristan yanında AB pazarına yönelik olarak araştırma ve yeni pazar bağlantılarına yönelik girişimler desteklenmelidir. Kadın girişimcilere i ve dış ticaret ile pazarlama teknik ve yöntemleri konusunda eğitim faaliyetleri yürüt÷lmeli ve özellikle uluslararası ticaret dili olan İngilizce eğitim kursları düzenlenmelidir.

Tekirdağ ilinde kadın girişimciliğinin yaygınlaştırılması ile ilgili ilk önce, yerel otoritenin konuyla ilgili açık ve net bir vizyonu olmak zorundadır. Bunun dışında; hükümet programlarının bu stratejiler dikkate alınarak planlanması; şirket kuruluşu, işleyişi ve kapanışına ait bürokratik engellerin azaltılması; fikri m÷lkiyet haklarına yönelik yasaların işler hale getirilmesi; vergi işlemlerinin kolaylaştırılması; kadın girişimciliğin desteklendiği bir kùltürel ortamın yaratılması; girişimcilik eğitimlerine yapılan yatırımın artırılması, politik süreklilik ve istihdamın sağlanması vb. öneriler girişimciliğin gelişmesine katkıda bulunabilecektir.

KAYNAKLAR

- Ackerman SD (2008). How Information and Communication Technologies Impact Female Entrepreneurs in India and Ghana. The Graduate Faculty of Richard L. Conolly College of Liberal Arts and Sciences, Long Island University, Brooklyn Campus, Partial.
- Ağca V, Yörük D (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt 8, Sayı 2.
- Akat İ, Budak G, Budak G (1994). İşletme Yönetimi, 4.Baskı, Barış Yayınları, s.4, İzmir.
- Akın A, Demirel S (2003). Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Sağlığa Etkileri. Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, Sayı:25, No:4, ss. 73-77.
- Aksu B (2007). Sivil Toplum Kuruluşları için Toplumsal Cinsiyet Rehberi. Odak Ofset Matbaacılık, Ankara.
- Anonim (1993). Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri, Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TUGİAD), s.4.
- Anonim (2007). Esnaf ve Sanatkar ile Tacir ve Sanayicinin Ayırımına İlişkin Karar. Resmi Gazete, Bakanlar Kurulu Kararı, Ankara.
- Anonim (2009). Türkiye’de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler, TÜSİAD Yayınları, s.43, İstanbul.
- Anonim (2010a). Kalkınma Planları (1-9). Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan.asp> (erişim tarihi, 21.12.2010).
- Anonim (2010b). TR21 Trakya Bölge Planı 2010-2013, Trakya Kalkınma Ajansı.
- Anonim (2011a). Tekirdağ İli ve İlçeleri Haritası. Vikipedi Özgür Ansiklopedi, http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Tekirda%C4%9F_districts.png (erişim tarihi, 11.05.2011).
- Anonim (2011b). Bursa Kadın Girişimcilerini Arıyor.Proje Tespitleri Bölüm I, http://www.girisimcikadinlar.org/duyurular/proje_tespitleri.pdf, Bursa Girişimci İşadamları Derneği (erişim tarihi, 10.10.2012).
- Anonim (2011c). Siyasette Kadın Temsili Araştırması. Konda Araştırma ve Danışmanlık, http://ka-der.org.tr/tr/down/SIYASETTE_KADIN_TEMSILI_ARASTIRMASI.pdf (erişim tarihi, 10.11.2012).
- Anonim (2012b). Türkiye Esnaf Sanatkarları Konfederasyonunun Amacı ve Görevleri. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK), <http://www.tesk.org.tr/tr/hakkinda/amaci.php> (erişim tarihi, 21.06.2012).

- Anonim (2012a). Yerel Eşitlik Eylem Planı 2012 Kadın Çalıştayı, Tekirdağ Valiliği Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü, T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Tekirdağ.
- Anonim (2012c). Kadınlarla Dayanışma Vakfının Amacı ve Görevleri. Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV), <http://kadav-ist.org/icerik.aspx?id=1#.UZH-taLxqYE> (erişim tarihi, 21.07.2012).
- Anonim (2012d). Türkiye Kadın Girişimciler Derneği Hakkında. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), <http://www.kagider.org/?Dil=0&SID=325> (erişim tarihi, 01.07.2012).
- Anonim (2012e). Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı Hakkında. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), <http://www.kedv.org.tr/index.php?page=hakkimizda> (erişim tarihi, 30.06.2012).
- Anonim (2012f). Kadın Merkezi Çalışmaları Hakkında. Kadın Merkezi (KAMER), <http://www.kamer.org.tr/2.php> (erişim tarihi, 05.07.2012).
- Anonim (2012g). Türkiye Kalkınma Vakfı Hakkında. Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV), <http://www.tkv-dft.org.tr/TR,7/kimligimiz.html> (erişim tarihi, 07.07.2012).
- Anonim (2013a). Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı. Hanehalkı İşgücü Anketi, Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, Sayı: 13664.
- Anonim (2013b). Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü Kurumsal Bilgiler. Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), <http://www.kadininstatusu.gov.tr/tr/html/19225/Kurumsal> (erişim tarihi, 07.01.2013).
- Anonim (2013c). Eğitim Yayın ve Yayınlar Dairesi Başkanlığı Faaliyetleri. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, <http://www.tarim.gov.tr/Sayfalar/Anasayfa.aspx> (erişim tarihi, 07.02.2013).
- Anonim (2013d). İş Geliştirme Merkezleri Hakkında. Kadın Girişimcilik Rehberi, TOBB Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Kadın Girişimciler Kurulu, <http://www.antalyakadingirisimciler.org/rehber/page32/page32.html> (erişim tarihi, 02.02.2013).
- Anonim (2013e). 10.000 Kadın Girişimci Sertifika Programı Hakkında. Özyeğin Üniversitesi, <http://www.10000kadin.org/hakkimizda> (erişim tarihi, 14.02.2013).
- Anonim (2013f). Dokuzuncu Kalkınma Planı. TOBB Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Kadın Girişimciler Kurulu, <http://www.antalyakadingirisimciler.org/rehber/index.html> (erişim tarihi, 02.02.2013).
- Anonim (2013g). Birinci Türk Coğrafya Kongresi. Wikipedi Özgür Ansiklopedi, http://tr.wikipedia.org/wiki/Birinci_T%C3%BCrk_Co%C4%9Frafya_Kongresi (erişim tarihi, 11.02.2013).

- Anonim (2013h). Kadın Girişimciler Garanti'de. <http://www.garantikadingirisimci.com/> (erişim tarihi, 14.02.2013).
- Arıkan S (2008). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitabevi, Ankara, s.47.
- Aslan Y (2009). Türkiye'de Büyüme Odaklı ve Yenilikçi bir Girişimcilik Politika Çerçevesi Geliştirme ve Politika Açıklarının Belirlenmesi. (Y. Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Aykan E (2004). Kayseri'de Faaliyet Gösteren Girişimcilerin Liderlik Özellikleri. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 17: 213-224.
- Aytaç Ö (2006). Girişimcilik:Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:15.
- Aytaç Ö, İlhan S (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sy:18, ss. 101-120.
- Barbieri P (2003). Social Capital and Self Employment. International Sociology, Cilt:18, Sayı:4, ss.681-701.
- Barker A (2002). Yenilikçiliğin Simyası, MESS Yayınları, s.23, İstanbul.
- Başar M, Tosunoğlu BT, Demirci E (2001). Girişimcilik ve Girişimciliğin Yol Haritası İş Planı, Eskişehir Ticaret Odası Yayını, s.6, Eskişehir.
- Başol O (2010). Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği. (Y. Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Bedük A (2005). Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 3, Sayı 12: 106-117.
- Bektaş Ç, Köseoğlu MA (2007). Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İİBF Dergisi, sy:13, ss. 297-317.
- Bender SL (2000). Seven Characteristics of The American Woman Entrepreneur: A Hermeneutic Approach to Developing A Universal Characteristics Model. The School of Business, Capella University, Minneapolis, Minnesota.
- Betil İ (2007). Ekonomik ve Sosyal Alanda; Girişimcilik. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi.
- Bilgin A (2001). Kadınların Var Olma Yolları. Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt XIV, Sayı 1.
- Bircan İ (1998). Türkiye'de İşgücü Piyasasında Kadın ve Kadın Girişimciliği. 20.yy.Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı. TODAİE, Ankara.

- Bowen DD, Hisrich RD (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. The Academy of Management Review, Vol 11. Iss 2, s.404.
- Büyükbeşe T (2002). Kadın İşgörenlerin Sorunlarına İlişkin Gaziantep ve Kahramanmaraş Tekstil İşletmelerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. 10. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, S. 462-474, Antalya.
- Can Y, Karataş A (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı: 251-261.
- Can H, Tuncer D, Ayhan DY (1984). İşletme ve Yönetim, Aslımlar Basımevi, 1984, s.7.
- Cem F, Ünal E. (2006) Türkiye'nin En Güçlü Kadınları, Forbes Dergisi, Sayı: 4, s. 84.
- Çakıcı A (2002). Mersinde Faaliyet Gösteren Küçük ve Ortaboy İşletmelerin Sorunları ve Beklentileri. Mersin Üniversitesi Yayınları; No:9.
- Çakıcı A (2006). Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 8, Sayı 4.
- Çelebi N (1997). Turizm Sektöründeki Küçük İş Yeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Projesi, Kadının Kalkınma Katılımını Güçlendirme Ulusal Programı, T.C Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.
- Çelebi N (1993). Bağımsız İş Yeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri. Siam Söğüt Yayıncılık ve Sosyal İktisadi Araştırmalar Merkezi, T.C. Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Ankara.
- Çelik A, Akgemici T (1998). Girişimcilik ve KOBİ'ler, 1. Basım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Çelik A, Demirci T (1998). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Nobel Yayın Dağıtım, s.17, Ankara.
- Çelik C, Özdevecioğlu M (2001). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 1. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir.
- Çetindamar D, Pınarcıoğlu M (2002). Türkiye'de Girişimcilik, Lebib Yalkın Yayınları, s.33, TÜSİAD.
- Çıracı G, Başar M, Seçkin T, Kamışlı M (2010). Genel İstatistik Sosyal ve Ekonomik Göstergeler Doğrultusunda Tekirdağ İşgücü Piyasası Analiz Çalışması, İŞKUR, MG Yayınları, İstanbul.
- Cooper AC, Artz KW (1995) Determinants of Satisfaction for Entrepreneurs. Journal of Business Venturing, Sayı:10, ss. 439-457.

- Danşık Ş (2001). Türkiye'deki Girişimci Profili, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s.10. Konya.
- Değirmenci İ (2012). Anonim ve Limited Şirket Genel Kurul Toplantılarındaki Usul ve Esaslar. Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği, Ankara.
- Demircioğlu Z (2010). Eskişehir'de Kadın Girişimciliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. (Y. Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Dhillon PK (1993). Women Entrepreneurs. Blaze Publishers and Distributors PVT-LTD.
- Dinçer Ö, Fidan Y (1995). İşletme Yönetimine Giriş, 1.Baskı, İz Yayıncılık, s.16, İstanbul.
- Doğan S (2005). Çalışan İlişkileri Yönetimi, Kare Yayınları, İstanbul, s. 112.
- Doğramacı B (2006). Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler ve Giresun Örneği. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Y. Lisans Tezi), Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bilim Dalı, Sakarya.
- Dolgun U (2003). Girişimcilik, 1.Baskı, İstanbul, Alfa Basım, s.4.
- Dollinger MJ (1999). Entrepreneurship, Second Edition, p.4.
- Duncan PA (2007). Women in Positions of Leadership and Gender-Specific Emotional Intelligence Attributes. The School of Graduate Studies of The University of The Incarnate Word. San Antonio, Texas.
- Ecevit Y (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi. Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Bildiriler ve Tartışmalar. Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Ankara, Yayın No:74, s. 42.
- Ecevit Y (1995). Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeginin Konumu ve Değişen Biçimleri. 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, İletişim Yayınları, 3.Baskı.
- Ecevit Y (1996). Küçük İşletme Sahibi Kadın Girişimciler Araştırması. Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü için hazırlanan rapor, Ankara.
- Ecevit Y (2000). Çalışma Yaşamında Kadın Emeginin Kullanımı ve Kadın-Erkek Eşitliği. Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset, TÜSİAD.
- Ecevit Y (2007). Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım. Uluslararası Çalışma Ofisi Yayınları.
- Eke AE (1993). Müteşebbislik. KOSGEB Yayınları, s.12, Ankara.

- Eraydın K, Gül E, Çevik B, Demir E (2012). Türkiye’de İllerin Gelişmişlik Düzeyi Araştırması. İktisadi Araştırmalar Bölümü, Türkiye İş Bankası A.Ş.
- Erçetin SŞ (2000). Lider Sarmalında Vizyon, Nobel Yayınları, 2.Baskı, s.93, Ankara.
- Erdem F (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım. Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt 2: 43-61.
- Erdem YT, Yiğit H (2010). Bacıyan-ı Rum’dan Günümüze Türk Kadınının İktisadi Hayattaki Yeri. İstanbul Ticaret Odası.
- Erdoğan N (2008). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Görünmeyen Emeği: Mersin Örneği. (Y. Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Eren E (2001). Yönetim ve Organizasyon, 5.Baskı, Beta Yayınları, s.134, İstanbul.
- Ersoy H (2010). Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 2, Sayı 1.
- Eyüboğlu D (2003). Girişimciliğin Geliştirilmesi, MPM Yayınları, s.12, Ankara.
- Finlay WA (2008). Work-Life Balance In Women Entrepreneurs: A Phenomenological Study. The School of Advanced Studies, University of Phoenix.Fişek K (1988). Yönetime Katılma, TODAİE Yayınları no:158, s.21, Ankara.
- Goffee R, Scase R (1992). Kadınlar İş Başında. Eti Kitapları, s. 13.
- Goldman G (1994). Women Entrepreneurs. Business Week, p.105, April.
- Gökakın Z (2000). Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Kadın Girişimci Profili. 8. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildirileri, Nevşehir.
- Gökalp İE (2008). Türkiye’de Kadın Girişimciler ve Kadın Yöneticiler. (Yüksek Lisans Tezi), Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kırıkkale.
- Gözek S, Akbay C (2012). Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimleri ve Sorunları. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (2), Kahramanmaraş.
- Greve A, Salaff JW (2003). Social Networks and Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, Cilt 28, Sayı 1, ss.1-22.
- Güney S (2001). Yönetim ve Organizasyon,1.Baskı, Nobel Yayınları, s.225, Ankara.
- Güney S (2006). Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 25-43.
- Güngör BE (2012). Kadın Girişimciler Kurullarının Görevleri. Tekirdağ Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı, Tekirdağ (görüşme tarihi, 09.05.2012).

- Gürgen H (2008). Kurumsal İtibar Yönetimi ve Sosyal Sorumluluk. 7.Sanayi Kongresi'nde Sunulan Bildiri, http://www.iso.org.tr/kongre/Kongre_2008/Sunumlar/2A-3-Haluk-Gurgen.ppt (Eylül 2012).
- Gürol A (2000). Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunları, Beklentiler ve Öneriler. Atılım Üniversitesi Yayını, Sayı:2, Ankara.
- Gürol MA, Marşap A (2007). Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın. Ahmet Yesevi Üniversitesi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 42: 95-109.
- Hakala S (2007). Women Entrepreneurs: Challenges and Successes in Non-Traditional Industries. The School of Advanced Studies, University of Phoenix.
- Hancı A (2004). Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya.
- Harper M (1992). Enterprising Women, Getting Down to Business. A Manual for Training Businesswomen, Intermediate Technology Publications.
- Helms B (2005). Mikro Kredi: Birçok Müdahale Stratejisinden Bir Tanesi. Uluslararası Mikro Finans Konferansı, İstanbul.
- Hirsch RD, Brush C (1989). Researches on Entrepreneurship: A Review. Blaze Publishers and Distributors Pvt. Ltd. New Delhi.
- Hirsch RD, Michael PP (1985). Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise, Third Edition, Richard D.Irvin Inc, p.9.
- Hirsch RD (1989). Women Entrepreneurs: Problems and Prescriptions for Success in the Future, In: Women-Owned Businesses, New York.
- Hirsch RD, Grachev MV (1993). The Russian Entrepreneur. Journal of Business Venturing 8.
- Hirsch RD, Öztürk SA (1999). Women Entrepreneurs in a Developing Economy. The Journal of Management Development, cilt: 18, sayı: 2.
- Hirsch RD, Peters MP (2002). Entrepreneurship. Fifth Edition, McGraw Hill, Boston.
- Hurley AE (1999). Incorporating Feminist Theories into Sociological Theories of Entrepreneurship. Women in Management Review, 14(2), 54-68.
- Işık N, Göktaş D, Kılınç EC (2011). İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 6, Sayı 1.
- İraz R (2005). Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, s.26.

- İrmiş A, Durak İ, Özdemir L (2010). Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler. Esin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- İşçi E (2008). Nitel Araştırma Yöntemleri. Sağlık Yönetimi, Yönetim Düşünceleri, İstanbul.
- İyicil AG (2006). Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'deki Kadın Girişimciliğinin İrdelenmesi ve Bir Araştırma. (Y. Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kaçar Ö (2007). Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Konumu: Türkiye'de Yakın Zamanlardaki Değişimi Anlamak. (Y. Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Kalleberg AL, Leicht KT (1991). Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success. The Academy of Management Journal, Vol 34. ss.154-157.
- Kansız N, Acuner ŞA (2008). Üretim ve İstihdama Katılımda Kadının Yeri. Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi, 20/240.
- Kantar M, Erkan O, (2001). Adana İl Merkezinde ve Kırsal Alanında Yaşayarak Tarımsal Faaliyetlerine Devam Eden Ailelerde Toplumsal Yapı ve Toplumsal Cinsiyet. Ç.Ü.Z.F. Dergisi, Cilt 16, Sayı 1: 9-18, Adana.
- Karagöz M (2009). Girişimcilik Profili Araştırması: Isparta İli Örneği. (Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Karakışla YS (2003). Osmanlı Hanımları ve Kadın Terziler-I. Tarih ve Toplum Dergisi, Tarih Vakfı, C.39, İstanbul.
- Karakışla YS (2006). Osmanlı İmparatorluğunda Kadın Fotoğrafçılar. Toplumsal Tarih, Tarih Vakfı, C.13, İstanbul.
- Karateke G (2006). Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul
- Kınay U (1998). Sosyo Kültürel Ortamın Girişimcilere Etkileri. İş Fikirleri Dergisi, s.12.
- Koç H, Aksoy B (2012). Coğrafya Eğitiminde Bölge Kavramı. Marmara Coğrafya Dergisi, Sayı: 25, s.319-339, İstanbul.
- Kopu H (2001). Orta ve Güneydoğu Anadolu'da Yaşayan Girişimci Yöneticilerin Yaşamı ve Girişimcilik Değerleri. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, s.34.
- Korkmaz S (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi, Sayı 18, s.s. 163-179, Ankara.

- Kutanis RÖ, Alpaslan S (2006). Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı Mıdır. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt VIII, Sayı 2.
- Küçükcalay AM (1998). Türkiye’de Planlı dönemde Kadın Nüfusu ve Kadın İşgücü İstihdamındaki Gelişmeler. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S:3.
- Lewis KM (1999). African American Female Adult Development: The Journey From Employee To Business Owner. The Graduate School of Applied And Professional Psychology of Rutgers, The State University Of New Jersey.
- Liman F. (1993). ABD, Kanada ve İngiltere’de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi. Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli: Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Meeder AA (2007). Entrepreneurial Activity by Women in Rural South Dakota. Master of Science in Economics, South Dakota State University.
- Minniti M, Arenius P (2003). Women In Entrepreneurship. The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium, United Nations Headquarters.
- Müftüoğlu T (1998). Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Nakip M (2006). Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar (Genişletilmiş 2. Baskı), Seçkin Yayınevi, Ankara.
- Narin M, Marşap A, Gürol MA (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslar arası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma. Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt 8, Sayı 1: 65-78.
- Nayır DZ (2008). İş ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri. Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 8, Sayı 2: 631-650.
- Odabaşı Y (2005). Girişimcilik. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567, Eskişehir.
- Örücü E, Kılıç R, Kılıç T (2007). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt 14, Sayı 2.
- Özbay F (1993). Kadınların Ev İçi ve Ev Dışı Uğraşlarındaki Değişme. 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Özalp E, Arıcı H, Bayraktar R, Aydın O, Erkal B, Uzunöz A (2002). Davranış Bilimlerine Giriş, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1355, Eskişehir.

- Özçatal EÖ (2009). Kadınların İşgücü Piyasasına Katılımını ve Çalışma Koşullarını Etkileyen Sosyo-Demografik ve Kültürel Faktörler. Uluslar arası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi, Kongre Bildirileri, C.1, Sakarya.
- Özdemir AA (2010). Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir’de Bir Araştırma. Ege Akademik Bakış Dergisi, Sayı 10: 117-139.
- Özdevecioğlu M, Aktaş A (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. Ege Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi Sayı: 28
- Özdevecioğlu M, Çelik C (2000). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 8. Ulusal Yön. Org. Kong. Bildirileri Kitabı, Nevşehir, s. 490-499.
- Özkan Ş, Gündoğdu F, Emsen ÖS, Aksu H, Başar S (2003). KOBİ’lerde Girişimcilik - Yenilikçilik: Türkiye’de Gelişmiş ve Az Gelişmiş Bölge Düzeyinde Bir Analiz. Atatürk Üniversitesi Yayınları No:29, s.13, Erzurum.
- Paksoy S, Aydoğdu MH (2010). Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi GAP-GİDEM Örnekleri. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 5, Sayı 1.
- Palmer M, Hyman B (1993). Yönetimde Kadınlar. (Çev: Vedat Ünver), Rota Yayınları, s. 31.
- Parlak B (2005). Girişimcilik. TC Hayat Dergisi.
- Prifti C, Simantiraki S, Wagner JH (2008). Middle East Local and Regional Woman Entrepreneurship. Centre for Mediterranean and Middle Eastern Studies, (Edit: A. Vassiliou).
- Reardon KK, Rogers EM (1998). Interpersonal Versus Mass Media Communication: A False Dichotomy. Human Communication Research, Hillsdale, NJ.
- Saray G (1993). Türkiye’de Kadın Girişimciliği. Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Ankara, s. 118.
- Sartorius M (1999). Kadınlarda Duygusal Zeka. Varlık Yayınları, İstanbul, s. 45.
- Sayın E (2011). Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Sayı 3: 23-33.
- Serter N (1994). Türkiye'nin Sosyal Yapısı. Filiz Yayınları, İstanbul.
- Soysal A (2010a). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı 5(1): 71-95.
- Soysal A (2010b). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Sayı: 65

- Şahin E (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Üzerine Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi), Konya.
- Şekerler H (2006). Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri. (Y. Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Şenel S (1989). Yönetimde Kadın ve Kadın Yöneticilerin Sorunları. Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi (15. Kuruluş Yılı Armağanı).
- Tatlıdil R, Candemir A (1998). İhracata Yönelik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Pazarlama Eğitiminin Firma Gelişimine Katkısı, İzmir Örneği. İzmir Ticaret Odası Yayını, Yayın No:50.
- Tekin M (1999). Girişimcilik, Damla Ofset Matbaası, s.s.2-3, Konya.
- Tekin M (2005). Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik, Günay Ofset, 4. Baskı, Konya, s.32.
- Tekin M (2005). Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik, Günay Ofset, 4. Baskı, s. 20.
- Tekin M, Zerenler M (2005). Krizi Yönetebilenin Sırları, Çizgi Kitabevi, Konya, s. 9.
- Turner C (1993). Women's Business in Europe: EEC Initiatives. Women in Business: Perspectives on Women Entrepreneurs, London, s. 97.
- Tutar H, Küçük O (2003). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, 1.Baskı, Seçkin Yayıncılık, s.23. Ankara.
- Türkkahraman M, Şahin K (2010). Kadın ve Kariyer. Alanya İşletme Fakültesi Dergisi.
- Ufuk H, Özgen O (2001a). The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample of Turkey. International Journal of Consumer Studies, Cilt:25, Sayı:4.
- Ufuk H, Özgen Ö (2001b). Interaction Between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. Journal of Business Ethics, 31 (2).
- Uzun E, Dirlik S (2007). KOBİ Sahiplerinin Girişimcilik, Kişilik ve Liderlik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Muğla İlinde Ampirik Bir Araştırma. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 11: 133-148.
- Wijenajke M (2002). Enterprising Culture: Middle Class Women's Businesses in Sri Lanka. The Graduate School Of Arts And Sciences, Boston University.
- Yağcı F, Bener Ö (2005). Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler. Ahmet Yesevi Üniversitesi Türk Dünyası sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 33: 85-100.

- Yetim N (2008). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. Ege Akademik Yayınları, Cilt 2, Sayı 2: 79-92.
- Yetim N, Tatlıdil E (2004). Social and Cultural Dynamics of Women Entrepreneurs: The Case of Small and Medium - Size Clothing Enterprises in Adana and Mersin, Turkey.
- Yılmaz DV, Zeyneloğlu S, Kocaöz S, Kısa S, Taşkın L, Eroğlu K (2009). Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Görüşleri. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt 6, Sayı 1.
- Zapalska A, Fogel GK (1998). Characteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurs. Journal of Private Enterprise, Cilt 19, Sayı 2, ss.133-140.
- Zimmerer T.W, Norman M.S (1998). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management ,Prentice Hall, Inc., Secon Ed., s .3.
- Zöhre B (1998). Girişimcilik, Ç.Ü.O.M.Y.O., Ön Lisans Tezi , s.26, Osmaniye.

...kovulmuş şeytanın kötülüklerinden Allah'a sığınırım. Göklerin ve yerin hazineleri Allah'a aittir. Allah dilediğinin rızkını genişletir, dilediğinin rızkını daraltır. Şüphesiz ki Allah her şeyi hakkıyla bilir (Şura Suresi – 12. Ayet).

ÖZGEÇMİŞ

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL

الودود

zeynepedu@gmail.com

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL 1979 yılında İstanbul'da doğdu. İlköğrenimini İstanbul Ahmet Hamdi Tanpınar İlköğretim Okulunda, lise öğrenimini Tekirdağ Kolejinde tamamladı. 2001 yılında Trakya Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümünden mezun oldu. 2002 yılında Rem Bilgisayar Mühendislik Ltd. Şti.nin kurucu ortağı olarak 2007 yılına kadar bilişim sektöründe yöneticilik yaptı ve sektörel anlamda çeşitli girişimcilik faaliyetlerinde bulundu. 2006 yılında Trakya Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümünde, Trakya Bölgesinde Organik Tarım Uygulamaları konusunda hazırladığı yüksek lisans tezini verdi. 2007 yılında Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümünde doktora öğrenimine başladı. Aynı yıl Namık Kemal Üniversitesi, Hayrabolu Meslek Yüksek Okulunda ekonomi, girişimcilik, iletişim dersleri verdi ve Namık Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümüne Araştırma Görevlisi olarak atandı. 28-30 Eylül 2010 tarihleri arasında, Tekirdağ Tarım İl Müdürlüğü Tarafından düzenlenen Marmara Bölgesi Kırsal Alanda Kadın Çalıştayı; Doğal Kaynakların Korunarak Kullanımı ve Yönetimi Grubunda grup üyeliği yaptı. Şubat ve Mart 2012 tarihleri arasında, Tekirdağ Valiliği Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen Yerel Eylem Planı Kadın Çalıştayı; Kadın ve İstihdam Grubu raportörlüğü ve TR21 Trakya Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı Kobiler- Esnaf ve Sanatkârlar Özel İhtisas Komisyonu üyeliği yaptı.

Zeynep OYURYÜZ ŞENEL yöneticilik, işletmecilik, girişimcilik alanlarında deneyim; kırsal alan sosyolojisi, tarımsal yayım ve iletişim konularında bilgi sahibidir. Trakya Bölgesinde sosyo-ekonomik yaşam ve kırsal kalkınma projelerinde cinsiyet dengeli kalkınma yaklaşımları, toplumsal cinsiyet, girişimcilik, kadın girişimciliği konularında araştırmalar yapmaktadır. Kadın girişimciliğinin geliştirilmesi ve kadın istihdamının artırılması konularında bölgesel kalkınmaya yönelik proje planlama ve uygulama deneyimlerine sahiptir. Ziraat Mühendisleri Odası ve TOBB Kadın Girişimciler Kurulu akademik üyesi olarak çalışmalarına devam etmektedir.

ذو الجلال والإكرام

