T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE FİNANSAL DESTEKLERE ULAŞIM FARKINDALIĞI: TRAKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ

TAYFUN SERT

DANIŞMAN
PROF. DR. KIYMET ÇALIYURT

EDİRNE
2019

T.C.

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

.....Girişimcilik..... ANABİLİM DALI

.....Girişimcilik.....PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

.....TAYFUN SERT..... tarafından hazırlanan .....KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE FİNANSAL DESTEKLEMEYE ULAŞIM FARKINDALIĞI: TRAKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ Konulu **Yüksek Lisans** tezinin Sınavı, Trakya Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 19-6 maddeleri uyarınca .....4.4.2019..... günü saat .....15:00..... 'da yapılmış olup, yüksek lisans tezinin *.....KABUL EDİLMESİNE..... **OYBİRLİĞİ/OYÇOKLUĞU** ile karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ	KANAAT	İMZA
PROF.DR. KIYMET ÇALIYURT	KABUL EDİLMESİNE	
PROF.DR. OĞUZHAN AYDEMİR	KABUL EDİLMESİNE	
DR.ÖĞR.ÜYESİ İLKE OZUÇ.	KABUL EDİLMESİNE	

* Jüri üyelerinin, tezle ilgili kanaat açıklaması kısmında "Kabul Edilmesine/Reddine" seçeneklerinden birini tercih etmeleri gerekir.

T.C
YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
ULUSAL TEZ MERKEZİ

TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

Referans No	10244535
Yazar Adı / Soyadı	TAYFUN SERT
T.C.Kimlik No	19351851384
Telefon	5436274064
E-Posta	tayfunsert22@gmail.com
Tezin Dili	Türkçe
Tezin Özgün Adı	KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE FİNANSAL DESTEKLERE ULAŞIM FARKINDALIĞI: TRAKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ
Tezin Tercümesi	TRANSPORTATION AWARENESS OF FINANCIAL SUPPORTS IN WOMEN ENTREPRENEURSHIP : TRAKYA CITY EXAMPLE
Konu	İşletme = Business Administration
Üniversite	Trakya Üniversitesi
Enstitü / Hastane	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	Girişimcilik Anabilim Dalı
Bilim Dalı	
Tez Türü	Yüksek Lisans
Yılı	2019
Sayfa	135
Tez Danışmanları	PROF. DR. KIYMET ÇALIYURT
Dizin Terimleri	
Önerilen Dizin Terimleri	

17.04.2019

İmza:.....

Tez Başlığı: Kadın Girişimciliğinde Finansal Desteklere Ulaşım Farkındalığı: Trakya bölgesi Örneği

Hazırlayan : Tayfun SERT

ÖZET

Kar amacı güderek mal veya hizmet üretimi yapmak amacıyla organizasyon oluşturan herkes girişimci olarak tanımlanmaktadır. Dünya nüfusu göz önüne alındığında bu nüfusun yarısının erkek yarısının da kadın olduğu görülmektedir. Fakat iş hayatına bakıldığında ise erkek ve kadın arasındaki oran yarı yarıya değildir. Bu durum özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerde açıkça görülmektedir. Kadın girişimciliği özeline bakılarak ülkelerin gelişmişlik ve gelişmemişlik yorumu yapmak mümkündür.

Ekonomik refahın oluşması için dünya üzerindeki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda kadın girişimciliğini destekleme politikaları yer almaktadır. Fakat birçok kez bu politikalar girişimci ruhuna sahip kadınlar tarafından fark edilemeyip pek çok girişimci düşüncenin yok olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında kadın girişimciliğinde finansal desteklere ulaşımın fark edinilebilinmesi için gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kadın girişimcilik politikaları ve bu politikalardan fayda sağlayan kadın girişimciler incelenmiştir. Bu inceleme birçok ülkede kadın girişimciliği üzerine yapılan araştırmalardan derlenmiştir. Birçok ülkede yapılan araştırmadan esinlenerek kadın girişimciliğinde finansal farkındalık için bölgesel olarak Edirne ilinde kadınların fonlara ulaşımının farkındalığı araştırılmıştır.

Araştırma Edirne ilinde Edirne Ticaret ve Sanayi Odası dışında diğer kurullar ve odalar tarafından objektif verilere ulaşılamadığından dolayı çalışma Edirne Ticaret ve Sanayi Odası bünyesine kayıtlı kadın girişimciler üzerinde yapılmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda kadın girişimcilerin devlete bağlı kurumların ve özel sektördeki kurumların verdiği desteklerin çoğunluk tarafından fark edildiği ortaya çıkmış ancak bu desteklerden faydalanılmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimcilik, Finansal Destek, Farkındalık

Thesis Title: Transportation Awareness of Financial Supports in Women Entrepreneurship: Trakya City Example

Prepared by: Tayfun SERT

ABSTRACT

Everyone who creates an organization to produce profitable goods or services is defined as an entrepreneur. Considering the world population, it is seen that half of this population is female. But when looking at business life, the ratio between man and woman is not half. This is especially evident in undeveloped and developing countries. It is possible to interpret the development and immaturity of countries by looking at women entrepreneurship in particular.

Policies to support women entrepreneurship in most of the developed and developing countries around the world are taking place in order to create economic prosperity. But many times these policies are not recognized by women with entrepreneurial spirit, and many entrepreneurial thinkers seem to be missing.

Within the scope of the research, women entrepreneurship policies of developed and developing countries and women entrepreneurs benefiting from these policies have been examined in order to be able to notice the access to financial support in women entrepreneurship. This review has been compiled from research on women entrepreneurship in many countries. Inspired by research conducted in many countries, the awareness of women's access to funds in the province of Edirne has been researched locally for financial awareness in women's entrepreneurship.

The study was conducted on women entrepreneurs registered in the Edirne Chamber of Commerce and Industry since the objective was not reached by Edirne Chamber of Commerce and Industry other chambers and chambers.

As a result of the research, it has been found out that the support of women entrepreneurs by the state-affiliated institutions and the private sector institutions is realized by the majority, but it is concluded that these subsidies are not utilized.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Financial Support, Awareness

ÖNSÖZ

Her şeyden önce, araştırma konumun seçimimde gelecekte çalışma hayatında var olmak istediğim KOBİ danışmanlığı mesleği için ilgili bir konu belirlememe imkân veren tez danışmanım ve saygıdeğer hocam Prof. Dr. Kıymet TUNCA ÇALIYURT' a teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca tez çalışmam süresince elinden gelen her türlü desteği gösteren ve her zaman yanımda olan değerli arkadaşım Oğuzhan GÖK' e; sıcakkanlı ve yardımsever yaklaşımlarından dolayı Trakya Üniversitesi merkez kütüphanesi çalışanları Agah Fatih ÖZTÜRK ve Yıldıray ERCAN'a; çalışmamın yöntem ve analiz kısmında bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan Mali Müşavir Sinan HOZER, İç Kontrolör Şenol USLU ve .Dr. İlke ORUÇ'a teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, tüm hayatım boyunca olduğu gibi, yaklaşık iki yılımı alan tez çalışmam süresince büyük bir sabır göstererek, üzerimden maddi ve manevi hiçbir desteği esirgemeyen çok değerli aile bireylerim olan sevgili annem Gülay, babam Fedayi, babaannem Sabiha, dedem İbrahim, amcam Recai, yengem Serpil, kuzenim Uğur, halam Resmiye ve Eşim Elif' e sonsuz teşekkürü borç bilirim.

Tayfun SERT

Edirne, Nisan 2019

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
ÖNSÖZ ..... **iii**
İÇİNDEKİLER ..... **iv**
TABLO LİSTESİ ..... **viii**
GİRİŞ **1**
I. BÖLÜM: **3**
GİRİŞİMCİLİK TEMEL KAVRAMLAR **3**
1.1. GİRİŞİM KAVRAMI VE TANIMI 3
1.2. GİRİŞİMİN AMAÇLARI 3
1.2.1. Uzun dönemde Kar 4
1.2.2. Topluma Hizmet 4
1.2.3. Süreklilik 5
1.2.4. Büyümek 5
1.3. GİRİŞİMCİ KAVRAMI VE TANIMI 6
1.4. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER 7
1.4.1. Kişisel Özellikler 7
1.4.2. Davranışsal Özellikler 9
1.5. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN BECERİLER 9
1.6. GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ 10
1.7. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE TANIMI 11
1.8. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ 12
1.9. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ 14
1.9.1. Orijinal Girişimcilik 15
1.9.2. İç Girişimcilik 15
1.9.3. Kurumsal Girişimcilik 15
1.9.4. Profesyonel Girişimcilik 16
1.9.5. Teknik Girişimcilik 16
1.9.6. Eko Girişimcilik 17

1.9.7. Stratejik Girişimcilik 18
1.9.8. Küresel Girişimcilik 18
1.9.9. Fırsat Girişimciliği 19
1.9.10. Takipçi Girişimcilik 19
1.9.11. Akademik Girişimcilik 19
1.9.12. Sosyal Girişimcilik 20
1.9.13. Kadın Girişimcilik 22
1.10. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI FAKTÖRLERİ 23
1.10.1. İş Olanaklarının Bulunması 23
1.10.2. Zamanı Doğru Kullanma 24
1.10.3. Yönetim Başarısı 24
1.10.4. Öz Sermaye ve Kredi Varlığı 25
1.10.5. Global Önsezi 25
1.10.6. Kurum ve Konum uyumu 26
1.10.7. Ekip Uyumu 26
1.10.8. Eğitim ve Gelişim 26
1.11. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ 27
1.11.1. Sermaye Yetersizliği 27
1.11.2. Kurum ve Konum Uyumsuzluğu 27
1.11.3. Rekabetin Farkında Olunmaması 28
1.11.4. Plansız Hareket 28
1.11.5. İş-Zaman Uyumsuzluğu 29
1.11.6. Aşırı Güven ve Kişisel Tanım Abartısı 29
1.11.7. Yönetim Beceriksizliği 30
1.11.8. Eğitim Düzeyi Yetersizliği 30
1.12. GİRİŞİMCİLİKTE ÇEVRESEL FAKTÖRLER 30
1.12.1. Girişimcilik Altyapısı 31
1.12.2. Girişimcilikte Ülke Yapısı 32
1.13. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI 32
1.13.1. Bağımsız Hareket 33
1.13.2. Başarma Duygusu 33

1.13.3. Toplum Gözünde Yer Edinme 34
1.13.4. Kişisel Gelişim 34
1.13.5. Finansal Kontrol 34
1.14. GİRİŞİMCİLİĞİN DEZAVANTAJLARI 35
1.14.1. Kişisel Özveriler ve Sağlık Sorunları 35
1.14.2. Aşırı Sorumluluk 35
1.15. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ 36
1.16. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR 37
1.16.1. Sermayedar 37
1.16.3. Yöneticilik 38
II BÖLÜM: 39
KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ 39
2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI 39
2.1.1. Kadın Girişimcilik İle İlgili Tanımlamalar 40
2.1.2. Kadın Girişimciliği ve Literatür Çalışmaları 40
2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİK TİPLERİ 58
2.2.1. Geleneksel Kadın Girişimci Tipi 58
2.2.2. Evcimen Kadın Girişimci Tipi 59
2.2.3. Yenilikçi Kadın Girişimci Tipi 59
2.2.4. Feminist Kadın Girişimci Tipi 59
2.3. KADINLARI GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN FAKTÖRLER 60
2.3.1. İtici Faktörler 60
2.3.2. Çekici Faktörler 60
2.4. CİNSİYEDE DAYALI BAKIŞ AÇISI 61
2.4.1. Kadın ve Erkek Girişimciliği Arasındaki Farklar 61
2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER 63
2.6. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE FİNANSAL DESTEKLER VE DESTEK ORGANLARI 64
2.6.1. QNB Finansbank Kadın Girişimcilere Destek Kredisi 64
2.6.2. Vakıfbank Kadın Girişimcilere Kredi Destek Paketi 65
2.6.3. TEB'den Kadın Patronlara Özel Krediler 65
2.6.4. İş Bankası'ndan Kadın Girişimci Kredisi 66

2.6.5. Garanti Bankası'ndan Altın Teminatlı Kredi 66
2.6.6. Ziraat Bankası'dan Kadın Girişimcilere Özel Destek 66
2.6.7. Kadın Girişimcilere Özel DenizBank'tan Kredi 67
2.6.8. YapıKredi Kadın Girişimci Kredisi 67
2.6.9. KOSGEB 68
2.6.10. Türkiye Grameen Mikrofinans Programı 69
III: BÖLÜM: 70
KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL DESTEK FARKINDALIĞINA İLİŞKİN EDİRNE İLİ ARAŞTIRMASI 70
3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ 70
3.1.1. Araştırmanın Amacı 70
3.1.2. Araştırmanın Önemi 70
3.1.3. Araştırmanın Yöntemi 71
3.1.4. Araştırmanın Örneklemi 71
3.1.5. Araştırmanın Kısıtları 72
3.2. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR 72
3.2.1. İş Yaşamına İlişkin Bilgiler 73
3.2.2. Finansal Destek Farkındalığı 77
SONUÇ 108
ÖNERİLER 112
KAYNAKÇA 113

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler 10
Tablo 2: Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi 13
Tablo 3: Girişimcilik ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki Farklar 20
Tablo 4: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar 61
Tablo 5: Katılımcıların Girişimci Olma Nedenleri 77

GİRİŞ

Girişimcilik kavramı, en genel ifade ile kar amacı ile birlikte riski üstüne alan ve iş kuran kişinin yaptığı atılımdır olarak ifade edilmektedir. Girişimcilik son yıllarda her yerde ve her alanda sıkça bahsedilen bir konu durumundadır. Hatta gelişmiş ülkelerin gelişmişlik konumlarını korumaları, gelişmekte olan ülkelerinde gelişmişlik düzeyine yükselmeleri için devlet yetkililerin en çok zaman ve çaba harcadığı bir konu durumundadır.

Teknolojinin gelişimi ile birlikte insanlar kafalarındaki projeleri hayata geçirmek için atılımlar yapmaya başlamışlardır. Kurumsal şirketlerdeki çalışma şartlarının ağır olması ve daha fazla para kazanma düşüncesi genel olarak insanları yeni girişimler yapmaya itmektedir. Kişilerin eğitim düzeylerinin artması da bu durumu ortaya çıkarmakta ve finansal olarak kişilerin artık belirli kişilere muhtaç kalmamalarını sağlamakta ve hatta kendi işlerini kurarak birçok kişiye hem finansal fayda sağlamakta hem de kişilerin kendi işlerini kurabilmeleri için ilham kaynağı olmaktadır.

Girişimci kişi ise mal ve hizmet üretimi yapmak amacıyla üretim unsurlarını en karlı koşullar altında bir araya getiren ve aynı zamanda inovatif faaliyetler içi topluma fayda sağlayan kişiye denir. Risk üstlenerek iş projesini hayata geçirir. Girişimci olan kişi hem para kazanır ama aynı zamanda ekonomik bir değer üretir. Aynı zamanda başka kişilere de istihdam sağlar. Yetenek, birikim ve cesaret özelliklerinin birleşimi girişimciyi meydana getiren en önemli unsurlardandır.

Bu çalışma tanımsal ifadelerle başlayarak araştırma ardından inceleme ve sonuca ulaşma olarak tasarlanarak dört bölüme ayrılması planlanmıştır.

Bu çalışmanın amacı bir bütün olarak ele alınan girişimcilik faaliyetlerinin alt yapısını tümden gelerek incelemektir. Çalışmada öncelikle girişimcilik temelden ele alınmıştır. İlerleyen bölümlerde girişimcilik kavramı çalışma gereği ayrıntılanarak girişimcilik kavramının bir kolu olan cinsiyet farkı ile kadın

girişimcilik kavramını araştırmaya yönelik olmuştur. Kadın girişimcilik ise öncelikle bir bütün olarak ele alınmıştır. Çalışma için literatür incelemesi yapılarak yerli ve yabancı birçok yayın taranmıştır. Bu yayın taramalarının sonucu ise çalışmanın yapıldığı Edirne ili ile karşılaştırarak bilimsel bir sonuç elde etme gayesi güdülüştür.

Kadın Girişimciliğinde Finansal Desteklere Ulaşım Farkındalığı: Edirne İli Örneği adlı çalışma 3 bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde girişimciliğin temel kavramları ele alınmıştı. İkinci bölümde kadın girişimciliği konusu incelenerek kapsamlı bir literatür incelemesi yapılmıştır. Son olarak üçüncü bölümde ise çalışmanın araştırma kısmı yer almaktadır ve bu çalışma kısmında kadınların Edirne ilinde finansal desteklerin farkındalığı, kadın girişimciler ile birebir görüşmeler ve yapılan mülakatlar ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Çalışmanın süresince elde edilen tüm bulgular sonuç kısmında listelenerek sistematik ve bütünsel bir değerlendirme yapılmıştır. Tespit edilen noksanlıklar çerçevesinde ise birtakım önerilerde bulunularak; Öncelikle toplumsal refahın artması ve kadınların ülke ekonomisinin vazgeçilmez birer unsuru olduğunun anlaşılması için gerekli eleştirilerde bulunulmuştur. Kadın girişimciliğinin ve kadın yöneticilerin oransal olarak yüksek olduğu ülkelerde ülkelerin ekonomik ve sosyal anlamda gelişmişlik düzeylerinin yüksek olduğu görülmekte ve bölgesel olarak yapılan bu çalışmanın genellenerek ülke genelinde ciddi olarak ele alınması gerekliliği sonucuna varılmaktadır. Bu duruma sebep olarak ise ülkemizin toplumsal refahının ve ekonomik gelişmişliğinin artmasına yönelik katkıda bulunacak olmasıdır.

I. BÖLÜM:

GİRİŞİMCİLİK TEMEL KAVRAMLAR

1.1. GİRİŞİM KAVRAMI VE TANIMI

Geçmişte kullanılan teşebbüs kavramı günümüzde karşımıza girişim kavramı olarak çıkmaktadır. Girişim, bir işe başlamak veya teşebbüs etmek anlamı taşımaktadır (http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.58a35befe11612.06932803). Fakat sadece bir işe başlamak girişim için yeterli bir açıklama değildir. Girişim için genel bir açıklama yapılacaksa önce girişimin amaçlarından bahsedilmesi gereklidir. Girişimin en temel amacı kar elde etmektir ve bu karı uzun döneme yaymaktır. Pek tabi ki kısa dönemler içerisinde de oldukça karlı girişimler olabilir lakin tam anlamıyla girişim veya teşebbüsten bahsetmemiz gerekirse bu kavramın süreklilik arz etmesi, topluma hizmet sağlanması ve gün geçtikçe bir önceki günden daha büyük işlere girilmesi gerekir.

Girişim kavramını açıklarken girişimin nitelik ve işlevlerinden de bahsetmek gerekir. Girişimin nitelikleri arasında kar elde etmek amacı güdülerek mal veya hizmet üretimi yapılır ve yahut fon sağlanır. Bunların yanında girişimin hukuki ve finansal bir birim olduğundan bahsedebiliriz. Girişimin en önemli niteliği ise vazgeçilmez olan insan ve materyalden meydana gelen bir teşkilat olması ve bu teşkilatın devamlılık arz etmesidir. Girişim kavramının işlevi ise; üretim yapmak ve satışını gerçekleştirmektir, fakat bu işlevin hayata geçirilmesi için mutlak gereklilik olan fon sağlanması ya da finansman bulunmasıdır.

1.2. GİRİŞİMİN AMAÇLARI

Girişimin amaçları işletmenin amaçları olarak da ele alınabilir. Bu sebeple kar amacı güderek faaliyete geçen her girişim aslında bir işletmedir denebilir. Bu yüzden girişimin yani bir diğer anlamda teşebbüsün en belirgin amaçları arasında uzun dönemde kar elde etmek, topluma hizmet sağlamak, girişimcilik faaliyetinin sürekliliğini sağlamaktır. Bu üç amacın bir araya gelmesiyle de dördüncü bir amaç olarak faaliyetin büyüyüp gelişmesi ortaya çıkmaktadır (Küçük, 2013; 69-72)

1.2.1. UZUN DÖNEMDE KAR

Hayata geçirilmek için planlanan ve sonucunda bir faaliyete dönüşen her girişimin en önemli ve ortak düşüncesi kar elde etmektir (Marangoz, 2016; 104). Girişim karı; herhangi bir malın üretiminde, satış sonrasında veya alış sonrasında girişimciye kalan paydır (Dinler, 2003; 276). Açıklığa kavuşturan en önemli soru ne kadar sorusu yerine ne zamandır sorusu olmalıdır.

Girişimcilerin en fazla başarısız oldukları nokta sadece karlılığa odaklanıp diğer faktörleri görmezden gelmeleridir. Bir girişimin en büyük karı uzun dönemde olmasıdır. Fakat birçok girişimci piyasa koşullarını takip etmeden yaşam seyir eğrilerini göz ardı ederek karlı olduğu için girişime kalkışması o girişimin kısa sürede başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olmaktadır.

1.2.2. TOPLUMA HİZMET

Girişim faaliyetinde bulunma planları yapılırken ilk hedef kar elde etmektir ve girişimler karlarını toplumdan elde ederler. Faaliyette bulunulan girişimlerde bu karı kimlerden elde edileceği de kar elde etmek ile aynı seviyededir. Çünkü; bir mal veya hizmet pazarlanmadıkça o mal veya hizmetin hiçbir değeri yoktur. Üretilen mal veya hizmet topluma sunulur ve toplum bunu kabul ederse girişim faaliyeti amacına ulaşmış olur. Bu açıklamalarla birlikte girişim faaliyetleri toplumların ekonomik ve sosyal olarak kalkınmasına özen göstermelidir.

Girişimler toplumların ekonomik olarak kalkınması için üretilen mal veya hizmetin kalitesinin yüksek aynı zamanda fiyatının da makul olmasına özen göstermelidir. Bir başka ekonomik kalkınmaya hizmeti ise vergi aracılığı ile olmalıdır. Sosyal olarak katkısı ise toplumları geri kalmış yönlerine eğilim ve o yönlerin gelişiminin sağlanması için yapılan yatırımlarla olmaktadır. En önemli toplumsal hizmet olarak ise istihdam olarak görülmektedir. Bir toplumda istihdam yaratmak o toplumu her açıdan gelişmeye yöneltmek anlamındadır (Küçük, 2013; 70-71).

1.2.3. SÜREKLİLİK

Girişimler yada bir diğer adıyla işletmeler kurulurken kısa dönemde kısa vadeli planlarla hayata geçirilmemelidirler. İşletmeler iktisadi fayda sağlayan yapılardır bu sebeple süreklilik kavramıyla etkilenecek birçok kesim bulunmaktadır. Bunlar arasında yatırımcılar, çalışanlar, borç verenler, müşteriler ve devlet bulunmaktadır. Tüm bunlara bağlı olarak ürün veya hizmet üretilip sonucunda kar elde ediliyorsa, istihdam sağlanıp topluma hizmet götürülebiliyorsa, işletme politikalarında süreklilik unsurunu her zaman göz önünde bulunması gereklidir (Tepegöz ve Türedi, 2015; 44)

İşletmelerin sürekliliğini sağlamak için ise en önemli organlar yönetim ve denetimdir. Yönetim, sürekliliği değerlendirirken mali tabloların düzenlendiği tarihten itibaren geleceğe ilişkin en az on iki ayı kapsayacak zaman dilimi için bir öngörüde ve yargıda bulunmalıdır. Bu yargıya varma konusunda yönetim tüm mevcut bilgileri dikkate alır. İşletmenin büyüklüğü, faaliyet konusu, mevcut pazar, gelecekte pazarın durumu, işlemlerin karmaşıklığı bu yargıyı etkileyen faktörlerden bazılarıdır. Geleceğe ilişkin öngörü, mali raporun hazırlandığı zamanda elde edilen bilgi, belge ve tahminlere dayandırılır. Denetim konusunda ise düzgün bir şekilde işleyen bir yapının süreklilik konusunda ayrıntılı olarak denetim teknikleri ile incelenmesine gerek yoktur. Fakat bu denetimin hiç yapılmaması anlamına gelmez ve denetimler sayesinde işletmenin büyüme planlarının hayata geçirildiği yapıldığı bir gerçekliktir (Tepegöz ve Türedi, 2015; 46-47)

1.2.4. BÜYÜMEK

Girişimlerin veya işletmelerin ortak amaçları arasında varlıklarını uzun süre devam ettirme ve bu devam süresince ortalama üstü kar elde etme olduğu kabul edilirse, hayata geçirilen faaliyetlerin finansal açıdan gelişip büyümekten başka yolu yoktur. Bu süreçte yönetim kademesinin daha doğrusu girişimci ve paydaşlarının stratejik yönetim ve süreç yönetiminin unsurlarının farkında olmaları gereklidir (Semercioöz ve Sözüer, 2012; 243).

Her girişimin değişik boyutlarda büyüme hız ve yöntemleri mevcuttur. Girişim sahibi bu konuda içinde bulunduğu sektörün güncel verilerini takip etmelidir. Girişimcilerin en çok özen gösterdiği karlılık oranıdır lakin diğer konulara da özen göstermesi durumunda hedeflerini her zaman hep bir üst noktaya taşıyabilmektedirler. Bunlar; sektör içi değişimler, rakipler, yeni üretim yöntemleri ve başarılı girişimlerin izledikleri stratejilerdir. Değişim iktisadi hayatın temel unsurlarından biridir. İşletmenin yaşamını devam ettirebilmesi için değişime ayak uydurması gereklidir. Finansal anlamda büyüyen bir ekonomide işletmelerinde ayakta kalabilmeleri için büyüme politikasına özen göstermesi kaçınılmazdır. Büyümeyi etkileyen etmenler olarak çevre koşulları, sermayedarlar ve yöneticilerin özellikleri gösterilir ve bu koşullara göre işletmeler yavaş ve hızlı büyürler. Yavaş büyümede de hızlı büyümede de işletme içi farklı stratejiler uygulanmakta ve farklı riskler göze alınmaktadır. Fakat stratejik olarak tüm girişim sahipleri teknolojinin, ekonominin, sosyal hayatın yeniliklerini anında algılamalı ve gerekli önlemleri almalıdır (Öz-Alp, 2000:10-14).

1.3. GİRİŞİMCİ KAVRAMI VE TANIMI

Girişimcilik kavramının literatüre kazandırılmasında önemli söz sahibi olan Peter Drucker girişimci kişiyi, "kendisine ait yeni ve küçük bir işi ya da görevi" yerine getiren kişi olarak tanımlamıştır. Bu çerçevede girişimcinin, kesinlikle yüksek bütçeli sermayeye sahip, yatırımcı veya işveren değil, risk alınarak yapılan işin daha iyi olmasından ziyade farklı ve yenilik kavramını ortaya koyan kişi olunmasıdır. Bundan dolayı girişimciler, toplumsal kaynakları yeterli olmadığı alanlarından, verimlilik seviyesinin yüksel olduğu alanlarına kaydırmaktadır. Drucker'ın girişimci için kilit olarak gördüğü kavramlar, yenilik yapmak bunun yanında farklılaşmaktır (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016).

Girişimci dendiği zaman akıllarda oluşan ve girişimci kavramının yerine kullanılan birçok kavram mevcuttur. Bu kavramlar arasında en önde gelenler; patron, iş adamı, yönetici, zengin gibi kavramlardır. Fakat her patron, her iş adamı, her yönetici ve her zengin bir girişimci değildir. Aslında girişimci başkaları tarafından fark edilmeyen fırsatları görerek veya yeni fırsatlar yaratarak sosyal ve ekonomik

anlamda gelecek tahminleri yapan, risk üstlenip bu tahminleri zaman, çaba, para veya beceri ile harmanlayan, sonucunda pazarlanabilen ve kendisi de dahil diğer bireyler için bir ihtiyacı karşılayan ve diğer bir deyişle toplumun düşünce yapısına kendi düşüncelerini ihtiyaç olarak empoze eden kişiye girişimci denir (Güney, 2015; 57). Ekonomik anlamda ürün ve hizmet üretmek ve/veya pazarlamak amacıyla üretim faktörlerini bir araya getirip, risk üslenip, uğraşıda bulunduğu faaliyet sonucunda ekonomik olarak gelir elde eden kişi girişimci olarak tanımlanabilir (Tutar ve Altınkaynak, 2014; 14).

1.4. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

Bireysel olarak bir işe başlamak isteyen herkes, girişimci yaşamı özümseyemez (Yurtseven, 2007; 67). Çünkü girişimci kişi sadece para sahibi olan zengin kişi değildir. Fakat girişimci kişi yenilik, risk üstlenme, kendine güven, disiplin ve ileri görüşlülük bakımından zengin kişidir (Küçük, 2013; 45-48). Bir kişinin girişimcilik faaliyetinde bulunabilmesi için en temelde kişinin risk üstlenme ve sorumluluk sahibi olması gereklidir. Girişimcinin bu faaliyeti başarılı bir şekilde yönetebilmesi için ise dinamik, yeniliklere açık ve büyüme hedefleri olan kişi olması gereklidir (Tutar ve Altınkaynak, 2014; 19). Bunlarla birlikte girişimcinin iletişim yönünün güçlü olması, pozitif düşünme yapısına sahip olması ve mevcut durumdan istifade ederek yeni kararlar alabilme yeteneğine sahip olması gerekir (Bozacı, 2015; 3).

1.4.1. KİŞİSEL ÖZELLİKLER

Kişilik özelliklerinin girişimcilikle ilişkisi araştırıldığında birçok araştırmacı tarafından aynı fikirlerin ortaya konulduğu görülmektedir. Girişimci kişiliği oluşturan özellikler arasında hayalcilik, yenilikçi ve yaratıcı kişilik, bağlılık ve azim, hırs, kararlılık, iyimserlik, kendine güven, fırsat yönelimi, başarma ihtiyacı, vizyon, içsel kontrol, belirsizliğe karşı toleranslı olmak, strese karşı duyarlılık, planlı hareket etme ve en önemli olarak ise girişimciliğin temelinde de var olan risk alabilme özelliğidir. Aslında bireyin kişisel özellikleri bireyin geçmiş ve gelecek hayatının da yönetmeni konumundadır. Kişisel özellikler bireyin iş hayatında, aile hayatında,

sosyal çevresinde ve hatta en genel tabirle tüm yaşamında yönünü belirler (Lee vd., 2004; 881).

Başarılı bir girişimcin risk üstlenme yeteneği çok önemlidir. Bu riskleri üstlenirken de sonuçların olumlu ve olumsuz yönlerinin varlığının bilincinde olmalıdır. Birey bu sebepten dolayı araştırmalarını daha işe girmeden önce çok iyi yapmalı ve başarıya ulaşmanın yolunun işin başlangıcında sonuçları kestirebiliyor olmaktan geçtiğinin farkında olmalıdır. Kişinin aldığı risklerin etkilediği alanı da çok iyi sentezlemesi gereklidir. Girişimin başlangıcında risklerden etkilenenler girişimcinin sorumluluğundadır ve girişimcinin hiçte kolay bir işi olmadığı açıktır. Aslında girişimci riskleri üstlenirken sadece bireysel sorumluluk almaz. Girişimcinin topluma hizmet amacından dolayı başlı başına topluma ve topluma bağlı yapılara karşı sorumluluğu oldukça fazla olduğu söylenebilir. Sonuç olarak girişimcinin gözü kara kişilik olmasının gerekliliği ortadadır fakat bu gözü karalığı eğitim ve araştırmalarla güçlendirerek geleceğe ışık tutarak ileri görüşlülüğünden toplumun faydalanmasını sağlamalıdır. Gerçek anlamda riskleri üstlenip girişimde bulunan kişilerin öncelikle riskin tanımını çok iyi öğrenmeli, risk kavramının içine tutarlığı, sabırlılığı ve araştırmacılığı empoze etmeleri gerekmektedir (Başer ve Büer, 2012; 137-138).

Girişimcilerin kişilik özelliklerinin yerli ve yabancı literatürdeki araştırması kapsamlı olarak yapıldığında birçok araştırmacının birbirine benzer sonuçlara ulaştığını ve bu sonuçlar neticesinde girişimcilerin kişilik özelliklerinin girişimcinin başarısında çok önemli olduğu belirtilmektedir (Yıldırım vd., 2011; 193). Girişimcilerin bu kişilik özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Marangoz, 2016; 51-58):

- Hayal kurma ve peşinden gitme
- Yenilik ihtiyacı ve Yaratıcı düşünme
- Hırslı, azimli ve kararlı olma
- Pozitif düşünme
- Kendine güven
- Fırsatları görebilme

- Başarıya olan açlık
- Vizyon ve misyon sahipliği
- İçsel kontrol odağı
- Belirsizliğe karşı toleranslı olma stresle başa çıkabilme
- Risk alma ve riski yönetebilme
- Plan ve programlı hareket edebilme
- Liderlik ve ileri görüşlülük

1.4.2. DAVRANIŞSAL ÖZELLİKLER

Girişimci kişiler başkaları tarafından yönetilmeyi sevmezler ve belirli sınırlılıklar içerisinde sıkışıp kalmaktan hoşlanmazlar. Başkalarının fikirlerini yönetmektense kendi fikirlerini büyütmeyi tercih ederler. Girişimcilerin liderlik özellikleri en karakteristik özelliklerindendir. Girişimci kişiler sürekli değişme ihtiyacı duyarlar ve odaklandıkları hedefler doğrultusunda harekete geçerler. Problemleri öngörerek karşılarına çıkmalarını engellerler. Eğer problemle karşılaşırlarsa da o problemleri çözmeden yollarına devam etmezler. Sonuç odaklıdırlar fakat sonuca ulaştıklarında iş bitti diye durup kalmazlar ve yeni ufuklara yönelirler. Çevrelerine bağlıdır ve çevrenin istediği doğrultuda hareket etmeye özen gösterirler. Toplumsal faaliyetlerin içinde bulunurlar ve yaşam kalitesine düşkün kişilerdir. Başarının yolunun çalışmak olduğunu düşünürler bu yüzden sıkışık tatili olmayan bir takvime sahiptirler. Kişisel ihtiyaçlarını işten sonraya bırakırlar ve yorulduklarını hissetmemeye çalışırlar. Fikirlerini ortaya koymaktan çekinmezler hatta toplum tarafından saçma olarak nitelendirilen fikirlerin araştırmasını yaparak bir sonuç elde etmeye çalışırlar (Marangoz, 2016; 59)

1.5. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN BECERİLER

Girişimci kişinin genel anlamda özelliklerinin olması gerektiği kadar belli başlı becerilere de sahip olması gereklidir. Bu beceriler teknik, yönetim ve kişisel olma üzere 3 grupta toplanabilir. Aşağıda oluşturulan tabloda 3 temel gruba ayrılan girişimci becerilerinin detaylı kategorizesi yapılmıştır (Güney, 2015; 65-66)

TABLO 1: GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN BECERİLER

TEKNİK BECERİLER	YÖNETİM BECERİLERİ	KİŞİSEL BECERİLER
Sözlü iletişim	Planlama ve amaç oluşturma	İçsel kontrol-disiplin
Çevre kontrolü	Karar verebilme	Risk yönetimi
Teknik yönetim	İnsan ilişkileri	Yenilikçilik
Teknoloji	Pazarlama	Değişimi yönetme yeteneği
Dinleme	Finansman	Sabır
Organizasyon becerisi	Yönetim	Vizyon sahibi liderlik
Şebeke oluşturma becerisi	Muhasebe	
Yönetsel tarz	Kontrol	
Antrenör tipi liderlik	Müzakere	
Ekip çalıştırıcılığı		

1.6. GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ

Her bireyin belirli bir yaştan sonra hayatını idame ettirebilmesi için birtakım ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçların karşılanabilmesi hususunda bireyin finansal olarak gelir elde etmesi gerekliliği ortaya çıkar. Bu sebepten dolayı girişimci olmanın temel nedenin kişisel ihtiyaçların karşılanması olduğu söylenebilir. Fakat herkes ihtiyaçlarını karşılamak için girişimci olacak diye bir durum söz konusu değildir. Birçok insan hayatını idame ettirebilmek için ama memur olarak ama işçi olarak çalışmaktadır. Çok az da olsa bir takım insanlar belirli gelir sahibi ailelerin mensubu oldukları için kendilerine bahşedilen yaşamı yaşamaktadır. Girişimci ise bu kişilerin arasından sıyrılarak bulunduğu yerin kabuğunu kırarak dışarı çıkan yeni ufukları hayal edip oraları keşfetmek isteyen kişidir. Girişimci emellerine ulaşması dahilinde kendi ihtiyaçları dahil birçok kesiminde ihtiyaçlarını karşılar. Başta istihdam yaratarak işsiz insanlara yardımcı olur buna bağlı olarak ülke ekonomisine katkıda bulunur ve yeni icatlar ve buluşlar yarattığı takdirde tüm insanlara katkıda bulunur (Tutar ve Altınkaynak, 2014; 49-55).

Kişilerin girişimci olabilmesi için ise belirli özellikleri bulunmalıdır. Bu özellikler girişimci tarafından fark edilmeli veya diğer kişiler tarafından kişiye fark ettirilmelidir. Bu durum sonucunda girişimci kişinin neden girişimci olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Zihinsel olarak bu farkındalığı yakalayan kişi gerçekleştirmek istediği hayallerin farkına varır ve para kazanma isteği ortaya çıkar. Bu durumdan

sonra kişinin girişimci olma nedenlerinin ikincil gurupta toplanan sebepleri mevcuttur. Bunlar (Marangoz, 2016; 99-103);

- İyi bir kariyere sahip olmak
- Ülke ekonomisine katkıda bulunmak
- Sosyal statü sahibi olmak
- Topluma hizmet götürmek
- Özgür çalışma isteği
- Kendini kanıtlama isteği
- Düşünce ve fikirlerini gerçekleştirme isteği
- Başka seçeneklerin olmayışı

1.7. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE TANIMI

Dünya Girişimcilik Platformu (Global Entrepreneur Monitor-GEM) 29 ülke arasında bir araştırma yapmıştır. Bu araştırmada girişimcilik faaliyetleri yüksek düzeyde olan ülkelerin büyüme oranlarının ortalama ekonomik büyümenin üzerinde olduğu belirlenmiştir (GEM Turkey, 2010).

Girişimcilik kavramı, günümüz iş dünyasının dinamikleri çerçevesinde, yönetimsel ve kişisel bakış açılarının ve prensiplerin yeniden değerlendirilmesi ile yaşadığı dönüşüm sürecini sürdürmektedir. Girişimcilik, ekonomilerin yaşadığı dönüşüm sürecine canlılık katması ve yaşam standartlarının yükselmesi alanlarında, çağdaş iş dünyası dinamikleri içerisinde kendine önemli bir misyon edinmiştir. Fırsatların ve engellerin teşhisi ve paydaşların nezdinde farkındalık yaratılması, girişimcilik serüveninin önemli aşamalarını oluşturmaktadır (Dervişoğlu Okadan-Görgülü, 2012; 14-15).

Girişimcilik konularında bir ana referans halini alan Global Entrepreneurship Monitor'un belirlediği 9 ana kriter bir ülke içinde girişimciliğin nasıl konumlandığını göstermektedir. Buna göre:

1. Finansal destek

2. Devlet politikaları

3. Devlet destekli programlar

4. Girişimcilere verilen eğitim ve öğretim fırsatları

5. Ar-Ge (Araştırma-Geliştirme) projeleri bilgi transferi

6. Ticari ve profesyonel altyapı

7. Pazara giriş şartları/ engelleri

8. Fiziksel altyapıya erişim

9. Kültürel ve sosyal normlar başlıca kriterler olarak belirtilebilir.

1.8. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Girişimci sözcüğü Fransızca kökenli bir sözcüktür. Arada gelip-giden anlamında kullanılmaktadır. Girişimci kimdir? Girişimcilik nedir? Gibi sorulara aranan yanıtlar, bu sorular üzerinde çalışan insanlar ve bu soruların cevaplarını bulmaya çalışan insanları çokluğu hatta bu soruların birden fazla cevabının türetilmesi bu konunun ne kadar önemli bir konu olduğunu ortaya koymaktadır (Yurtseven, 2007; 55).

Başlangıç olarak girişimcilik kavramı, bireylerin öz sermayeleri ile teşebbüste bulunması olarak algılanmaktaydı. Adam Smith ve onun gibi ilk dönem İngiliz iktisatçılar ekonomik yapı içinde girişimci kişilere önemli olmayan roller vermişlerdir. İktisatçılar girişimciyi lider veya yönetici olarak değil sadece kapital sağlayan bir birey olarak görmüşlerdir (Tutar-Atınkaynak, 2014; 8). Bu sebeple sistem her şeyin önünde gelmekteydi. Grup kültürü önemliydi fakat grubun içindeki bireylerin çok fazla önemi yoktu. Önemli olan üretimin gerçekleştirilmesiydi. Her ne olursa olsun üretiliyorsa satılır mantığı hakimdi (Küçük, 2013; 34).

Girişimci ve girişimcilik hakkında yıllar içinde tanımlar oluşturmaya çalışan ve dünya literatürüne bu anlamda katkılar sağlayan kişilerin isimleri ve tanımları aşağıdaki tablodadır;

TABLO 2: GİRİŞİMCİLİĞİ TARİHSEL GELİŞİMİ

Dönem-Tarih	Yazar	Girişimci, Girişimcilik Kuram, Kavram ve Tanım
Ortaçağ	---	Büyük ölçekli üretimdir.
17. yüzyıl	---	Kamu ile birlikte hareket edilerek kar-zarar riskinin alınmasıdır.
1725	Richard Cantillon	Risklerin üstlenilmesi sebebiyle kapital sağlayan bir kişiden farklıdır
1797	Beaudeau	Riskleri üstlenerek, planlama yaparak, organizasyonu kurarak yönetimine öncülük eden kişi
1803	Jean Baptiste Say	Emek kazançlarının, kapital kazançlardan ayrılması durumudur
1876	Francis Walker	Kapital sağlayan ve faiz alan kişiyle, yönetsel yeteneklerini kullanarak kar sağlayan kişi arasında ayrım yapılmasıdır
1934	Joseph Schumpeter	Yenilikçi ve denenmeyen teknolojilerin geliştirilmesidir
1961	David McClelland	Girişimci enerjik bir kişidir ve ortalamanın üstünde risk alır
1964	Peter Drucker	Fırsatların maksimize edilmesidir
1975	Albert Shapero	Girişimci, insiyatif kullanan, bazı sosyal mekanizmaların organizasyonunda bulunan ve başarısızlık risklerini üstlenen kişidir
1980	Karl Vesper	Girişimciler, ekonomistler, psikologlar, iş adamları ve politikacılar tarafından farklı algılanan kişilerdir
1983	Gifford Pinchot	İş adamı kurmuş olduğu organizasyon içerisinde bir girişimcidir
1985	Robert Hisrich	Girişimcilik; parasal ve kişisel tatmin karşılığında finansal, psikolojik, ve sosyal riskleri üstlenerek, gerekli zaman ve çabayı harcayıp farklı değerlere mal ve hizmet yaratma sürecidir
1999	Jeffrey Timmons	Girişimci çağdaş önderlikle dengelenmiş davranış ve düşünüş biçimine sahip dürüstlük ve samimiyetle doğruların inşasını yapan kişidir
2001	Philip A. Wickham	Girişimci belirli bir projeyi kendi girişimcilik anlayışı ile geliştiren kişidir

2002	G. Brenkert	Girişimci piyasa ekonomisinin vazgeçilmez unsurudur
2003	L. W. Busenitze	Girişimci ekonomik refahın oluşmasında başrol oynayan kişidir
2016	Mehmet Marangoz	Girişimci risk ve sorumluluk üstlenebilen dinamik bir kişiliğe sahip yeniliklere açık büyüme tutkusuna sahip kişidir.
1890	Alfred Marshall	Girişimciler pazarda arz ve talebi, firma içerisinde ise sermaye ve işgücünü kontrol eder
1916	Frank Knight	Girişimci belirsizlik üstlenme ve yargısal karar vermede başarılı olan kişidir
1973	Israel Kirzner	Girişimci, keşif yapma ve kar fırsatlarını değerlendirme konusunda tetikte olan kişilerdir.
1982	Marc Masson	Girişimci, kıt kaynakların koordinasyonunda yargısal karar vermede uzmanlaşmış kişidir

Kaynak: Yurtseven 2005; 57/ Ergan-Gökdeniz, 2009; 66/ Özdevecioğlu-Karaca, 2015; 20/ Güney, 2015; 17-32

1.9. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Girişimcilik kavramı, ekonominin gelişiminde önemli bir kavram olmakla birlikte ekonomik gelişim sürecinin önemli bir değişkenidir. Girişimcilik kavramını ve girişimcilik sürecinde en önemli unsur olarak daha doğrusu bu gelişim süreci içerisinde başrol olarak nitelendirilen girişimci kişi bulunmaktadır.

Girişimciler işin mülkiyetine göre iki sınıfa ayrılmaktadır;

- Kamu girişimcileri.
- Piyasa ekonomisi içindeki girişimciler.

Kamu girişimcileri bir diğer adıyla bürokratlar, siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak çalışan kişilerdir. Bu tür girişimciler kendi yarattığı kaynaklardan ziyade kamunun ürettiği kaynakları değerlendirmektedir. Fakat bazı dönemlerde siyasi yetkililerin kamunun yararı gözetilerek, bürokratlara birtakım fırsatları kullanması için esnek çalışma ortamı ve esnetilmiş kaynak kullanımı fırsatı sunulmaktadır. Piyasa da bu tür çalışan birçok kuruluş bulunmaktadır.

Girişimciler yapılan işin niteliğine göre de iki gruba ayrılmaktadırlar;

- Mevcut kaynakları kullanan girişimciler
- Yaratıcı girişimciler

Girişimcilik kavramı ekonomik hayatın içinde bir çok türe ayrıldığı da görülmektedir. Bu durum literatürde düşünsel, durumsal, eylemsel ve organize olma olarak yer almaktadır. En yaygın olarak kullanılan türler ise orijinal, kurumsal, profesyonel, teknik, iç, sosyal ve kadın girişimcilik türleridir (Marangoz, 2016; 75).

1.9.1. ORİJİNAL GİRİŞİMCİLİK

Orijinal girişimcilik kavramı girişimciliğe sıfırdan başlayarak kişilerin öz yetenekleri ile yola çıkıp hayallerini gerçekleştirme uğruna girdikleri serüvendir. Bu serüvende zamanla öğrendikleri teknik, taktik ve becerilerini girişimlerini büyütme adına kullanırlar. Orijinal girişimciler sıfırdan kurdukları işletmelerini ustalık dönemine geldikleri zaman aile bireylerine devretme yoluna giderler ve her zaman tabiri yerindeyse bir eli hala işletmelerinin üstündedir (Cin-Günay, 2013; 10-11)

1.9.2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

İç girişimcilik kavramı örgütsel bir yapıda veya kurumsal bir işletmede kendini geliştirmiş ve kendi yeteneklerini kanıtlamış kişilerin zaman içerisinde bullunduğu yapıda yeni oluşumlar yaparak yada bulunduğu organizasyondan ayrılarak kendine ait bir yapı oluşturma biçimidir. İç girişimciler genelde bulundukları organizasyonlarda önemli değer olarak kabul edilirler. İşletme sahipleri iç girişimcileri organizasyonlarından kaçırmamak ve kendilerine rakip olmamasını sağlamak amacıyla bu kişileri üst mevkilerle ödüllendirirler (Özgüner, 2015; 150)

1.9.3. KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK

Kurumsal girişimcilik kavramı genel olarak performans ve büyüme amaç edinilerek çevresel fırsatların değerlendirilmesiyle risk alma, yenilik yapma, proaktivite ve saldırgan rekabetçilik bağlamında işletme düzeyine yönelim ve davranışlar bütünüdür. Başka bir anlamda ise işletmenin karar alma, biçim ve yöntemlerine ve hatta işletmenin uygulamalarına , temel olarak girişimci özelliklerini sergileyen oryantasyondur. Bu kasamda işletmeler yenilik odaklı olarak hareket

etmezler. Temel prensipleri bekleyip görmek ve başarılı girişimleri ya kendi ar-ge departmanlarında geliştirerek hareket etmek yada başarılı olan girişimlerin sahipleriyle anlaşma yoluna giderek ortaklıklar kurmaktır (Bulut vd., 2008).

1.9.4. PROFESYONEL GİRİŞİMCİLİK

Profesyonel girişimcilik kavramı girişimci işletme sahibinin işletmesini işletme içinden veya işletme dışından olan bir girişimciye devretme, satma veya kiralama işlemidir. Bu duruma ülkemizde 1980'li yıllarda yaşanan ekonomik kriz döneminde fazlasıyla tanık olunmuştur. Darboğazda veya darboğazın eşiğinde olan birçok girişimci işletmelerini yeniden tasarlayarak ve yeni yönetim şekilleri ile teknolojiyi bir arada düşünerek ekonomik kayıpları minimuma indirme düşüncesiyle hareket etmeleri profesyonel girişimcilik kavramı gelişmiştir. Bu kavram bir bakıma işletmelerde dış kaynak kullanımı kavramının bir benzeridir (Marangoz, 2016; 78).

1.9.5. TEKNİK GİRİŞİMCİLİK

Bir ekip girişimciliği olmakla beraber daha çok araştırma ve geliştirme alanlarında aktivitelerde bulunularak yeni ürünler ortaya çıkarılması konusunda finanse edilen bir alandır. Bu alana özellikle orijinal girişimcilerin yani cesur kişilerin yüklendiği görülmektedir. Yeni icatlarla ortaya çıkmayı planlarlar yeni ürünler elde ederler ve girişimcilik kavramının yönünü belirlerler. Özellikle teknik girişimcilik kavramının girişimci girişimciliği kavramını ortaya çıkartmaya öncülük ettiği de söylenebilir.

Teknik girişimciliğin en basit anlamda tanımı ise şöyle olabilir. İyi bir projeyle iyi bir fikirle çıkılan bir yolda eyleme dönüştürülen her fikrin yeni bir icat olması mümkün olmalıdır. Bu durumda finans kaynakları çok önemlidir. Cesur bir teknik girişimcinin ayakta kalabilmesi için iyi bir finansöre iyi bir de organizatöre ihtiyacı bulunmaktadır. Bu sayede girişim kavramının yetkinlikleri sağlanış olur. Nitekim girişimcilik kavramının tanımından esinlenerek yola çıktığımızda ilk kelimeler ‘‘kar amacı güderek’’ olduğundan teknik anlamda girişimci olan kişinin en önemli motivasyon kaynağı yaptığı işin düzeni ve yaptığı iş için ayrılan finans kaynakları olduğu belirtilmektedir(Marangoz, 2016; 78).

1.9.6. EKO GİRİŞİMCİLİK

Eko girişimcilik kavramının tarihsel süreci 1970'li yıllara dayanmaktadır. Bu girişimciliğin ise yaygınlaşmaya başladığı yıllar ise teknolojik faaliyetlerin toplum ağzında yaygınlaşması ve teknolojik ürünleri toplumun benimseyip kullanmaya başlaması olarak 1990'lı yıllar gösterilmektedir. Eko girişimcilik kavramının toplumun işletmelere zorunlu kılması olarak da görebiliriz (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015; 38-40).

Bu sebepledir ki eko girişimciliğin bir diğer ismi çevreci girişimciliktir. Aslında bu girişimcilik türü bir bakıma sosyal girişimcilik olgusu içinde olduğunu kabul edebiliriz. Fakat eko girişimcilik kavramını sosyal girişimcilik olgusundan ayıran en önemli özellik kar amaçlı olmasıdır. Bu durumu da şöyle açıklayabilmekteyiz. Çevreci girişimci kişiler özellikle ağır sanayi işletmeleri olarak görülmektedir. Yıllar itibariyle bozdukları ekolojik dengeyi, toplumun bilinçlenmesiyle birlikte tekrardan tamir etme çalışmaları içinde bulunmaktadırlar. Bunu da daha gaz salınımları ve atık maddelerin geri dönüştürülmesi alanında faaliyete sokmaktadırlar. Özellikle girişimcilik kavramı da bu geri dönüşüm aşamasında devreye girmekte ve geri dönüştürülen ürünlerle tekrardan üretim yapabilmekte ve çöp diye tabir edilen tüm atıkların yeni maddelere dönüşmesinde hem doğaya hem dolaylı olarak topluma hem de finansal olarak işletmeye kar sağlamaktadırlar. Çevreci girişimcilik kavramı kişisel ve kurumsal anlamda birçok faktörden etkilenmektedir. Bunlar (Marangoz, 2016; 79);

- Çevreci girişimcilerin kişisel özellikleri
- İşletmenin sürdürülebilir değerleri
- Çevresel rekabet avantajları
- Denetleme sistemleri ve sınırlılıkları
- Çevresel baskı unsurları
- Yeni müşteriler
- Yeşil yatırımcılar
- Politika ve uygulamalar

1.9.7. STRATEJİK GİRİŞİMCİLİK

1973 yılında Mitzberg tarafından gündeme gelen girişimsel strateji kavramı günümüze gelindiğinde stratejik girişimcilik adını almaktadır. Bu kavram özellikler rekabetin yoğun olarak yaşandığı dönemlerde yani günümüzde işletmelerin en çok ihtiyaç duyduğu kavramdır. Yeni ürünlerin üretimiyle birlikte bu yeni ürünlerin fırsatlara dönüştürülmesi yani icat olarak atfedilmesi için pazarlanması ve bu işlem üzerinden işletmelerin kara geçmesi gereklidir. Strateji kavramı birçok alanda kullanılmaktadır ve bu kavram şirketlerin büyümeleri veya küçülmelerinde önemli etkilere sahiptir. Çünkü stratejik girişimcilik kavramı sadece ürün ortaya koymayı değil bir kuruluşun baştan aşağı tüm fonksiyonların işleyişiyle ilgilenir.

Daha doğru olarak ise bu kavramı şöyle tanımlayabiliriz; ekonomik refahı sağlayarak çevresel fırsatların rekabet avantajı oluşturmasıyla şekillenen yenilikçi ve yaratıcı düşüncenin yeniden tasarlanması ve uygulamaya konulmasını ifade etmektedir. Bir diğer anlamda kişilerin girişimcilik yetkinlikleriyle stratejik yönetim bilgi ve becerilerinin birbirine olan entegrasyonunun sağlanması ile tanımlanabilir (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015; 41-42).

1.9.8. KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK

Bu kavram ticaretin uluslararası boyutlara ulaşmasıyla ortaya çıkmaktadır. Uluslararası firmaların ölçeklerini büyüterek global ekonomiye katılmalarıyla birlikte ürünlerini dünya pazarında sergilemeye başlamalarıyla doğmuş bir kavramdır.

Küresel girişimciler, çok güçlü ekonomik yetkinliğe ve oldukça geniş bir insan kaynağı ağına sahip girişimcilerdir. Bu tür yapıda bulunmak için oldukça güçlü bir politik alt yapıya da sahip olunması gereklidir. Yeri geldiğinde gerekli hukuki düzenlemeler için bu politik yapının da sadece ulusal anlamda değil özellikle uluslararası anlamda da söz sahibi olması gereklidir (Tutar ve Altınkaynak, 2014; 41).

1.9.9. FIRSAT GİRİŞİMCİLİĞİ

Girişimcinin doğabilecek fırsatları kollayarak kar elde edebilecek durumda harekete geçmesi ve piyasanın en durgun anın da kendi işletmesinin en efektif biçimde işlemesi için uygun gördüğü alanlarda faaliyette bulunması işlemidir.

Bu girişimcilik türü özellikle son dönemlere bakıldığında ülkemizde bilgi işlem alanında oldukça yaygın olan bir türdür. Fakat ülkemizde bu şekilde birçok işletme kısa süreli olarak yaşamını idame ettirmiş ve kısa sürede kar elde edip gerekli alt yapının hazır olmamasından kaynaklı olarak kısa sürede zarara geçilmiştir. Burada en büyük sorumluluk işletme sahibinindir. Çünkü başarıyı elde eden işletme sahibi yenilik yapmaktan kaçınarak araştırmadan vazgeçerek olduğu yerde kaldığı için yeni fırsatları fark edememiş ve bir fırsat olarak girdiği iş kısa süreli bir heyecan olarak kalmaktadır (Tutar ve Altınkaynak, 2014; 39-40)

1.9.10. TAKİPÇİ GİRİŞİMCİLİK

Serbest piyasadaki değişimi yönlendiren yenilikçi girişimciliği izleyerek çıkar sağlayan girişimcilik türüdür. Özellikle kıyaslama tabirini oldukça yaygın kullanmakta olan bu girişimciler, araştırma geliştirme faaliyetleri yerine ürünlerin taklitleri ile yetinmektedirler. Bu sebeple yenilikçi firmalarla rekabet yarışına girmezler. Takipçi girişimciler genel olarak finans kaynakları yeterli olmayan veya serbest piyasaya yeniliklerle girip piyasanın dinamiklerine ayak uyduramayan kişiler tarafından oluşur. Fakat takipçi girişimciliğin çok başarılı örnekleride elbette bulunmaktadır. Yenilikçi firmaların ürünlerini taklit ederek piyasada yer bulur ve zamanla taklitçi yapıdan yaratıcı girişimcilik yapısına geçen büyük şirketlerde bulunmaktadır (Tutar ve Altınkaynak, 2014; 45).

1.9.11. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK

Bu kavram üniversitelerin sadece bir eğitim yeri olmadığını göstermektedir. Akademik girişim kavramının içinde bulunan bireyler üniversitelerin araştırma ve öğretim görevlilerinden oluşmaktadır. Akademik anlamda hem yayınlarla eğitim anlamında öncülük eden bu kişiler üniversitelerin ekonomiye olan katkıları içinde

birçok araştırma geliştirme faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu faaliyetler arasında ticari anlamda gelişmelerin ulusal ekonomiye katkıları görüldükçe yatırımlarında arttığı görülmektedir. Birçok yönden efektif olarak çalışan üniversiteler özellikle yenilik, yaratıcılık ve stratejik gelişim yönünden ülke ekonomisine katkı sağlamakta ve uluslararası anlamda ülkelerin iletişimini gerçekleştirmektedirler(Brennan ve Mcgowan, 2006).

1.9.12. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik, sosyal fayda sağlayan ve kar amacı dışında bir eylem olarak nitelendirilmektedir. Sosyal girişimcilerin asıl amaçları ekonomik değerler elde etmek değil, paydaşların gelişimlerini sağlamak ve sosyal değerler kazanmaktır. Yeni sosyal değerler yaratmayı, bu değerleri yaratacak fırsatları fark etme yeteneğine sahip olmayı, yenilik yaratmayı, riskleri tolere edebilmeyi ve kaynak sınırlılığını aşıp yeni kaynaklar elde etme yollarını bulmayı gerektirmektedir. Uluslararası alanda sosyal girişimciliğe ait özelliklerin öğretilebilir olduğu ifade edilmekte, buna yönelik eğitim programlarının oluşturulmaya çalışıldığı dikkat çekmektedir. Sosyal girişimcilik özellikleri, girişimcilik kavramı içinde yer alan ancak girişimciliğin sosyal özelliklerine ve toplumsal faydaya odaklanan bir kavramdır. Ancak sosyal girişimci bireylerin risk alma, bağımsız davranabilme, belirsiz durumlara karşı dayanıklı ve hazırlıklı olma gibi özellikleri bulunmaktadır. Bunların yanında sosyal girişimciler başarılı olma güdüsü ve kendine güven duygusu yüksek, yaratıcı ve yenilikçi, hızlı karar alabilen bireylerdir (Koçak ve Özdemir, 2015; 631).

TABLO 3: GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ FARKLAR

	Girişimcilik	Sosyal Girişimcilik
Odak	Ekonomik büyüme	Sosyal konular
Üyelik	Bireysel kariyer amaçlı	Gönüllülük esaslı
Sonuç	Pazar payı, müşteri güveni, ürün kalitesi gibi ölçülebilir değerler	Sosyal etki, sosyal dönüşüm, algı gibi ölçülebilmesi zor değerler
Örgüt tipi	Kar amaçlı	Kar amaçlı, kar amaçsız veya melez örgütler
Risk sahibi	Hissedarlar	Paydaşlar (toplum)

Kaynak: AKKAN, E., & SÜYGÜN, M. S. (2015). LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN ÖZYETERLİK ALGILARI ve BAŞARMA GÜDÜLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ1. *ILO*, *11*, 12.

Günümüzde işletmelerin ayakta kalabilmeleri için topluma, hem sosyal hem de ticari yarar sağlama zorunlulukları vardır. Hatta sosyal girişimciliğin ticari girişimciliğe yol gösterdiği açıktır. İşletmelerin sosyal sorunları keşfetmesi ve bu sosyal sorunlara çareler üretmesi toplum tarafından olumlu karşılanmaktadır. Bu şekilde hareket eden işletmelerin ticari faaliyetleri talep görmektedir. Bunun farkında olan işletmelerde bu konu hakkında misyonlarını yeniden şekillendirmiştir. İşletmeler üretimin her aşamasında sosyal değer yaratma adına çalışmalar düzenlemektedir. İşletmeler işçi seçiminde sosyal değerlere hizmet edecek kişilere çalışma fırsatı vermektedir. İşletmeler sosyal farkındalıklarını tüketicilere iletebilmek için finansal bütçe ayırmaktadırlar (Griffiths vd., 2013; 343-344).

Sosyal girişimciliğin farkındalığı 1980'lerde ASHOKA'nın kurulmasıyla başlamıştır. Sosyal girişimciliğin girişimcilik ekosistemi içinde büyümesine ise öncelikle akademisyenler ve toplum gönüllüleri eşlik etmiştir. Bununla beraber yatırımcılar, danışmanlar ve medya da bu büyümeye katkıda bulunan organlardır. Fakat sosyal girişimciliğin ilk yıllarda kavramsal bir açıklamasının olmaması sebebiyle tam olarak yaygınlaşamamıştır. Zaman içerisinde teknolojik gelişmenin ilerlemesiyle toplumsal sorunların herkesçe öğrenilmesi durumu sosyal girişimciliğe kavramsal bir çerçeve oluşturmuştur. Sosyal sorunların alt kategorileri öğrenildikçe sosyal girişimciler bu sorunlara çareler üretmek için kategorilere ayrılmıştır. Bu kategoriler (Mody vd., 2016; 342-344).

- Sahada çalışanlar (toplum gönüllüleri)
- Maddi destek verenler (ticari kuruluşlar)
- Bilimsel destek verenler (sosyologlar-psikologlar-akademisyenler)
- Medya (gazete-dergi-televizyon-internet)

Girişimciliği karakterize eden öğeler; mal ve hizmet üretimi ardından pazarlama ile birlikte kara geçmektir. Bu durumu bilgi toplumlarının ve teknolojinin

günümüz halinden oldukça öncesine ait olduğu açıktır. Artık girişimciliğin karakterize edilmesinde ön plana çıkan öğeler; sosyal değerler, gelecek hakkında bilgi, sağlıklı yaşam olanakları ve saygıdır. Saygı sadece insana olan değil genel olarak evrene olan saygıdır. Artık kullanılan bir üründe ürününün ne olduğunu değil nasıl oluştuğuyla ilgilenilmektedir. Üretim aşamaları merak edilmektedir. Geleceğe olan yarar ve zararları araştırılmaktadır. Bu durumunda eğitimle oluştuğu ve bilgi paylaşımıyla geliştiği bilinmektedir. Bu açıklamalar girişimcilik eğitiminin önemini vurgular niteliktedir. Girişimcilik eğitimiyle birlikte girişimci düşünceyi incelemek ve bu düşüncenin alt kategorilerinin günümüzde nasıl şekillendiğini incelemek gereklidir (Welsh ve Krueger, 2013; 271-274).

Sosyal girişimciliğin ekonomik sistemde etkileri olduğu öğrenilince yeni endüstriler, yeni iş modelleri, yeni iş olanakları ortaya çıktı. Bu zenginliğin fark edilmesi girişimcilik dünyasında yeni bir hareket olarak karşılandı ve sosyal beklentilerin öğrenilmesi yeni iş modellerine öncülük etti. Bu çerçevede araştırmacı eğitimciler sosyal girişimciliğin tanımından ziyade işlevselliğiyle ilgilenmektedir. Eğitiminin verilme yolları araştırma konusu olmuştur. Girişimcilik eğitiminde sosyal değerlerin yeni nesil girişimcilere aktarılması gerektiği savunulmaktadır. Sosyal girişimcilik tanımlamaları ampirik çalışmalara dayanarak toplumun ihtiyacı olan gereksinimler üzerine yapılmaktadır. Bu gereksinimlerin toplumun her kesimindeki insana hitap etmesi gerektiği savunulmaktadır. Bu durumu da eğitim yoluyla kitlelere yaymak gerektiği vurgulanmaktadır. Girişimcilik eğitiminde ilk olarak öğretilen "girişimcilik nedir?" kavramındaki tamamen ekonomik bakış açısına, sosyal değerlerin varlığı da eklenmesi gerektiği savunulmaktadır (Conway Datoon-Kalakay, 2016; 132-135).

1.9.13. KADIN GİRİŞİMCİLİK

Son yıllarda girişimcilik giderek yaygınlaşan bir terim haline geldi. Ekonomik kalkınma ve refah ile yakından bağlantılı olan girişimcilik faaliyetleri dünya çapında gelişmiş tüm toplumların gözdesi halindedir. Toplumların gelişmesinin ve refah seviyesini yükseltmesinin en önemli sebepleri arasında ise cinsiyet eşitliğini ortaya koymalarıdır. Cinsiyet kavramını ekonomik hayatın içinden

çıkartan topluluklar gelişmeye hızlı bir şekilde devam etmektedirler (Maden, 2015; 312-316).

Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde başarıyı yakalayabilmeleri için önemli sermaye faktörler bulunmaktadır. Bu sermaye faktörlerin en genel hali şu şekildedir; (Kungwansupaphan ve Leihaothabam, 2016; 207-2011)

- İnsan sermayesi
- Kurumsal sermaye
- Sosyal sermaye
- Finansal sermaye

Kadınların girişimci olabilmesini etkileyen diğer faktörler arasında kültürel faktörler de çok önemlidir. Kültürel açıdan toplumların alışkanlığı olmadığı kadın girişimci profilinde kadınlar oldukça zor şartlar altında girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Bu açıdan kadınların ikinci planda olduğu görülen toplumlarda kadınlar hiçbir şekilde ekonomiye katkı verememektedirler. Bu tür yapısal sorunlar içinde kadınların üzerine yapıştırılmış belirli sorumluluklar bulunmaktadır. Bunlar arasında annelik, ev hanımlığı, temizlik işleri, yemek işleri bulunmaktadır (Brush vd, 2009; 8-24).

1.10. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI FAKTÖRLERİ

Tüm girişimcilerin kendi organizasyonlarını kurmadan önce dikkat etmeleri gereken birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler başarı için yapılması gerekenler üzerine şekillendiği gibi başarısızlık yaşanmaması içinde şekillenmektedir. Girişimcilerin başarılı işletmeler meydana getirme amacı içindeyken dikkat etmeleri gereken önemli hususlar arasında yapılacak olan işin niteliğinden işin nerede yapılması gerektiğine, sermaye varlığından ekip uyumuna kadar birçok faktör etkilidir (Güney, 2015; 95).

1.10.1. İŞ OLANAKLARININ BULUNMASI

Bu faktörün önemi yatırım yapılacak iş için oluşturulan organizasyonun müşteriler tarafından talep görüp görmemesiyle ilgilidir. Organizasyon sahiplerinin

yapılacak araştırmaları sonucunda yatırım yapılan alanda müşteriye arz edilecek ürünün müşteri tarafından talep görüp görmemesi araştırılır. Eğer araştırma yapılmadan bir işe girildiği takdirde potansiyel müşterilerin ürünü kabul etmemesi halinde ürünün niteliğinin çok iyi olması halinde dahi organizasyonun başarısızlıkla sonuçlanacağı açıktır. Fakat doğru araştırma yapılıp müşterinin ihtiyaç duyacağı bir ürünün oluşturulması halinde ise başarının beklenenden daha fazla olması şaşırtıcı olmaz (Marangoz, 2016; 106).

1.10.2. ZAMANI DOĞRU KULLANMA

Organizasyon kuruluş sürecinde en önemli aşamalardan birisi de zamanı doğru kullanma ve en doğru zamanda çalışmaya başlamaktır. Girişimci yatırım düşüncesi içerisinde öncelikle yapacağı araştırmalar ile birçok alternatifi göz önüne alır ve başarıya ulaşma konusunda en doğru zamanı gözetir. Müşterinin bir ürüne en çok ihtiyaç duyduğu anda işletmenin bu ihtiyacı karşılaması durumu müşteri tarafından olumlu karşılanır ve sonuç olarak beklentiler iki taraflı olarak karşılanmış olunur. Bu aşamadan sonra ise her zaman yenilik ve müşteri ihtiyacına yönelik çalışmalar işletmeyi ayakta tutmaya ve büyütmeye yöneliktir. Doğru zamanda doğru ihtiyaca yönelimin oluşması işletme içi çalışanların durumunu da pozitif yönde etkileyecek ve her zaman işletme içi devamlılık sağlanarak gereksiz çalışan ve reklam masraflarından kaçınılacaktır (Marangoz, 2016; 106).

1.10.3. YÖNETİM BAŞARISI

Yönetimin görevi olarak işletme içi ve işletme dışı tüm unsurların takibi ve bu takip sonucunda işletmeyi karlılığa ulaştıracak tüm faktörlerin irdelenerek hayata geçirilmesi işlemidir. Bir işletmenin başarılı olabilmesi için yönetim kademesindeki kişilerin yetenekli, tecrübeli, cesur ve önsezi yeteneklerinin olması gereklidir. Aynı zamanda riskle mücadele edebilen ve karşılaştığı kriz dönemlerinde de kriz yönetimini en az zararla yönetebilen kişiler olmalıdır (Marangoz, 2016; 107). Bu sebeple yıllardır yönetim kavramının sanat mı yoksa bilim mi tartışmaları içinde göz ardı edilemeyecek en önemli unsurum iyi bir işletme anlayışı için iyi bir yönetim birlikteliğinin olmasıdır (Küçük, 2013; 77).

1.10.4. ÖZ SERMAYE VE KREDİ VARLIĞI

Yapılan her işin bir bedeli vardır. bu kısa açıklama dahilinde yapılacak her yatırım için öncelikle bir sermaye birikimi olması gereklidir. Bu sermaye birikimi sadece yapılacak olan işin kuruluş aşamasında değil işletmenin varlığının devam ettiği sürece işletmenin elinin altında bulunması gereklidir. Bu duruma sebep olarak işletmeler iş hayatlarına başladıkları anda kara geçmezler ve kara geçebilecekleri zamana kadar belirli bir süre beklemeleri gerekir. Bu süre içerisinde yapılacak iş için gerekli yatırım giderleri, işçi giderleri ve işyeri giderleri gibi önemli giderlere sahiptirler. Bu giderlerin karşılanabilmesi amacıyla her işletmenin belirli bir öz sermaye birikimi olması gereklidir (Küçük, 2013; 78). Eğer yapılacak iş için gerekli öz sermaye olanakları mevcut ise ve büyüme ve gelişme hedefleniyorsa ise gerekli merciiler aracılığıyla gerekli açıklamalar dahilinde kredi seçeneklerinin de işletmenini elinin altında olması gereklidir (Marangoz, 2016; 107).

1.10.5. GLOBAL ÖNSEZİ

21. yüzyılda bilgi ve iletişim araçlarının gelişmesi ve teknolojinin üst seviyelere ulaşmasıyla birlikte şirketlerin rekabetleri küresel anlamda görülmeye ve okyanus aşırı ulusların şirketlerinin birbirleriyle rekabet halinde olduğu görülmektedir. Büyüyen nüfusla birlikte artan ihtiyaçlarda büyük şirketlerin iştahlarını kabarmakta ve en büyük kar nasıl elde edilir sorusuyla girişimlerini sergilemektedirler (Marangoz, 2016; 108). Kimileri büyük darbeler sonucu küçülüp kaybolmakta kimileri ise servetlerine servetler katarak gelişmektedirler. Bu sonuçlara ulaşırken önemli özelliklerden birisi olan global önsezi unsuru, şirketlerin yatırımlarını yapmadan önce araştırmaları ve yatırım yaptıktan sonra gelişimin ve toplumlarının yapılarının nasıl şekillendirileceği ile ilgili olduğu söylenebilir. Küresel anlamda rekabet koşullarını öncede kestirerek bu zorlu rekabet ortamına girmeden önlemlerini alan şirketler yaşamsal faaliyetlerini uzunca bir süre devam ettirdikleri görülmektedir. Sonuç olarak karşımıza çıkan global önsezi ibaresi küresel anlamda büyük ve büyümeye odaklı şirketlerin kullandıkları politikalar arasındadır (Marangoz, 2016; 108) (Drnovsek vd., 2010; 332-336).

1.10.6. KURUM VE KONUM UYUMU

Bir organizasyon kurulurken önemli unsurlar arasında kuruluşu kurulacak olan yerin konumudur. Çok eski dönemlerde dahi hammaddeye ihtiyaç duyan işletmelerin hammaddenin temin edildiği yere yakın bir yerde kuruluşlarını kurdukları görülmektedir. Ya da müşteri potansiyeline ihtiyaç duyan işletmelerin kalabalık nüfusu olan yerlerde kuruldukları görülmektedir. Bu durum önemli araştırmalar ve uzun süreçli çalışmalar sonucu ortaya raporlarla belirtilmektedir. Her işletme kuruluş aşamasını fizibilite raporlarıyla desteklemeli ve işletme kuruluş yeri ile alakalı akıllarda soru bırakmamalıdır (Tutar ve Altınkaynak, 2014; 116).

1.10.7. EKİP UYUMU

Girişimin başarılı kılınması için uzun bir sürece bakılması gereklidir. Birçok işletmenin çok hızlı bir şekilde piyasaya girip piyasa şartlarını alt üst edip kısa bir süre sonra kaybolup gittiklerine şahit olmaktayız. Girişimcilik faaliyetinin başarısını sürekli kılan ise girişimci ve etrafındaki ekiptir. Birbiriyle uyumlu ekip çalışması içinde süregelen işletmelerin kısa sürede kaybolup gittikleri değil kısa sürede büyümeye meyilli rotalar belirledikleri görülmektedir. Kurum kültürünü belirlemiş iyi bir yönetim biçimi oluşturmuş şirketlerin, daimi olarak akılcı ve sürekli hareket ettikleri görülmektedir (Marangoz, 2016; 108-109).

1.10.8. EĞİTİM VE GELİŞİM

Tüm bireylerin yaratıcılık özelliği bulunmaktadır. Fakat yaratıcılığın gelişimi birtakım sebeplere bağlıdır. Bunları en önemli üçü şunlardır; zaman kullanımı, çaba harcamak, sıkı ve düzenli çalışma ortamı. İşte bu sebepler bize yaratıcılık kavramının zaman içinde öğrenilen bir kavram olduğunu açıklayarak girişimcilik kavramının da öğrenilebilir bir kavram olduğu belirtilmektedir. Girişimcilik eğitiminin temel amacı girişimcilik ve yaratıcılık kapasitesinin arttırılması hususunda bireylerin bilinçlendirilmesidir. Aynı zamanda girişimcilik eğitiminin kişiye katkıları arasında; fırsatları görebilme, fikir üretme, eleştirel düşünme ve işletme kuruluş-işleyiş aşamalarını yönetebilme yetkinliklerini kazandırmaktadır (Arpacı, 2015; 140-141). Girişimcilik eğitiminin amacı kişinin

farkında olmadığı girişimcilik potansiyelini ortaya çıkartmaktır. Bir diğer amaç ise yine potansiyel ile alakalı olup bu potansiyeli doğru kullanma ve verimli çalışmalara çaba harcanması yönündedir. İşte bu sebeplerle üniversitelerin girişimcilik eğitimine önem vermesi beklenmektedir (Bozkurt ve Alparslan, 2013; 12-13).

1.11. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

Yapılan araştırmalar neticesinde işletmelerin başarısızlık oranlarının işletmelerinin boyutlara göre şekillendiği görülmektedir. Özellikle küçük işletmelerin hayatlarının kısa sürdüğü ve genel zarar ettikleri için işletmelerin kapandığı görülmektedir. Bu sonuçlar göz önüne alındığında işletmelerin başarısız olma nedenlerinin başında sermaye ve sermayeye dayalı nedenler görülmektedir (Marangoz, 2016;109).

1.11.1. SERMAYE YETERSİZLİĞİ

İşletmeninin en önemli başarı ölçütleri olarak verimlilik, ekonomiklik ve karlılık gösterilmektedir. Bu üç öğe de baştan sonra işletmenin sermayesi ile ilgilidir. Akılcı yatırım projelerini rasyonel rakamlarla birlikte hareket etmediği takdirde olumsuz sonuçların ortaya çıkması kaçınılmaz olacaktır (Çetin, 2013; 8-9). Sermaye ve projelerin yetersizliği zaman içinde muhasebe departmanında açıkların ortaya çıkmasına neden olacak ve elde olmayan sermayeyle edilen hareketler işletmenin mali sonunu dolayısıyla varlığının son bulmasını sağlayacaktır (Haftacı, 2013; 4-5).

1.11.2. KURUM VE KONUM UYUMSUZLUĞU

Kuruluş yeri seçiminde en etkili olan faktörler işletmeler için ekonomik, doğal, sosyal ve politik faktörler yer almaktadır. Ekonomik açıdan hammaddeye yakınlık, pazara yakınlık ve işgücü yeterliliği bir arada bulunmayıp kurulan şirketlerin karlılıkları alt seviyede olmakta ve zamanla bu durum işletmeye ağır baskılar uygulamaktadır. Doğal koşullara bağlılıkta ise enerji kaynaklarına, su kaynaklarına ve iklim koşullarına aldırış edilmeksizin kurulan işletmeler belirli bir zaman içinde yok olmaya kapı aralamış işletmelerdir. Sosyal ve psikolojik faktörlerin çok önemli bir yere sahip olunmadığı bilinse de zaman zaman yönetim anlayışının

bölgedeki halk tarafından benimsenmemesi işletmeyi zor duruma sokabilecek etkenler arasındadır. Kuruluş yeri seçilirken önemli unsurlar arasında destek ve teşvikler gelmektedir bu durumda politik açıdan önem kazanmaktadır. Devletin kalkınmada öncelik verdiği ve desteğini sağladığı yerler dışında kuruluş yeri seçilmesi durumu rakiplerle aradaki finansal farkı ortaya koyacak ve rekabet dezavantaj haline gelecektir (Babacan, vd., 2012; 143-144).

1.11.3. REKABETİN FARKINDA OLUNMAMASI

Rekabetin farkındalığı işletmelerin güçlü yanlarının bilinmesine, zayıf yanlarının desteklenmesine, fırsatları görüp bu fırsatları kara dönüştürmesine ve finansal tehditlerin üstesinden gelinmesine yardımcı bir etkendir. Aynı zamanda rakip işletmelerinde bu özelliklerinin bilinmesi işletmenin pazardaki avantajına olduğu söylenebilir. Bu bilgilerin öğrenilmesinde genel olarak endüstriyel casusluklar yapılmaktadır. Bu tür gelişmeler tüm işletmeler tarafından gerçekleştirilir. Fakat bu gelişmelerden uzak kalan teknolojiyi takip etmeyen aynı zamanda rakipler hakkında bilgiler edinmeyen firmalar piyasada sorunlar yaşamaktadır. Yaşadığı sorunların sebebi ise rekabetin farkında olunmamasıyla teknolojik gelişmelerin geride kalınması sebeplidir. Bu tür davranışların etik dışı olduğu aşikardır, fakat tüm işletmeler bu yapı içerisinde hareket etmektedir(Sabuncuoğlu-Tokol, 2003; 53).

1.11.4. PLANSIZ HAREKET

Girişimci ve etrafında toplanan ekibin daha doğrusu yönetimin yapması gereken en önemli iş planlamadır. Varlığı bilinen ve araştırılarak ortaya konulan bulgular kısa, orta ve uzun vadede işletme dinamiklerinin karşısına çıkacak sorunlara karşı işletmeyi koruyan önemli unsurlardır. Bu unsurlar işletmenini bilimsel anlamda ayakta kalmasına ve ekonomik anlamda büyüme göstermesine katkı sağlamaktadır. Yönetim kademesinin bu yetkinlikleri yerine getirmemesi durumunda işletme karşılaşacağı sorunlara karşı defans yapamayacak ve böylece ekonomik anlamda sorunlar yaşayacaktır. Bu sorunların yaşanmaması için yönetim anlayışının yeterli şekilde fizibilite çalışmalarını sürekli yürütmesi gereklidir. Organizasyonun başlama

aşamasında gerçekleşen bu tür sorunlar işletmenin gelecek kaygısı güderek hayatına devam etmesine yol açacaktır. Bu durumda işletmenin işleyiş aşamasında hem yönetimsel hem de işlevsel açıdan problemlerin doğmasına sebep olacaktır (Marangoz, 2016; 110-111).

1.11.5. İŞ-ZAMAN UYUMSUZLUĞU

Tüketiciye bağlı olan ekonomide, dinamik piyasalarda tüketicilerin tercihleri sürekli değişmektedir. Bu tercihlerin değişmesiyle birlikte bir gün çok fazla rağbet gören bir ürün diğer gün aynı şekilde rağbet görmemektedir. Kısa süreli geçişlerle ve ürün zenginliğiyle birlikte tüketicilerin bilinçli hareket etmeleri işletmeleri sürekli yeniliğe itmekte ve yeniliğin yapılmasının da stratejik bir zamanlamasının olması hedeflenmektedir. Bu süreç içerisinde seri üretimde yanlış zamanda üretilen ir ürün piyasa tarafından rağbet görmediği takdirde üreten firmaya büyük zararlara mal olmaktadır. İşletme hem fırsat tepmekte hem zamanın gerisinde kalmakta hem de günümüzün en önemli pazarlama aracı olan reklam sürecinde başarısız olmaktadır. Bu durumda işletmeye büyük mali götürülere neden olmaktadır (Mucuk, 2005; 185-207)

1.11.6. AŞIRI GÜVEN VE KİŞİSEL TANIM ABARTISI

Girişimciler hayallerini hayata geçirmek isterler ve bu bağlamda pazarda eksik olan bir şeyi hayal ettiklerinde hemen piyasa koşullarına ayak uydurarak üretime geçmek ve bu üretim aşamasından sonra finansal getiri elde etmek isterler. Kimi zaman bu atılımcı politika girişimciye fayda sağlarken kimi zamanda plansız ve uzun vadeli hareket düşünülmemesi sebebiyle kısa sürede başladıkları noktaya geri dönerler ve tekrardan piyasada açık yakalamak için düşünmeye başlarlar. Aşırı güven sonucunda olumsuz bir durumla karşılaşılmasının girişimci kişinin sadece maddi değil manevi açıdan da büyük çöküşlerle karşılaştıkları görülmektedir. Bu durum kişinin ailevi yapısında, toplumsal ilişkilerinde önemli sorunlara yol açabilmektedir (Marangoz, 2016; 111).

Kişisel tanım abartısında ise kişi kurduğu işletmenin üstüne çıkmaya çalıştığında ve ürettiği veya pazarladığı ürünün önüne geçmeye başladığında

sorunlarla karşılaşılmaktadır. Pazardaki ürün reklamından çok kişinin kendi reklamını yapması piyasanın ürüne olan isteğini azalttığıyla birçok kez karşılaşılmaktadır.

1.11.7. YÖNETİM BECERİKSİZLİĞİ

Girişimcilerin hepsinin iyi birer yönetici olması beklenemez. Ama girişimci kişinin asgari oranda yönetim anlayışının ne olduğunun farkında olması gereklidir. Girişimciler cesur, dinamik, özgüvenli, risk alabilen ve şanslı kişiler olduğu bilinmektedir bu yetkinlikleri sayesinde girişimlerde bulunmuşlar ve başarıya ilk adım atmışlardır. Girişimcilerin bu ilk adımdan sonra akılcı hareket etmeleri ve doğru zamanda doğru riskleri üslenmeleri beklenir. İşletmenin şansa bırakılacak ikinci bir adımı bulunmamaktadır. Yönetim konusunda ikinci adımları atmayan girişimci kişiler işletmenin gelecekte büyüyememesine sebep olmakta ve hatta zaman içinde kendilerinin de yetkinliklerini kaybederek ekonomik sahneden silindikleri görülmektedir (Akdemir, 2009; 22-34).

1.11.8. EĞİTİM DÜZEYİ YETERSİZLİĞİ

Girişimcilikte başarısızlık sebeplerinin başında gelen unsurlardan biriside eğitim eksikliğidir. Girişimci hazırlıksız olarak girişim faaliyetine başlaması durumunda kendisini eğitmek zorundadır. Aksi takdirde eline geçen şansı harcamış olur. Girişimci kişisel olarak işletme, yönetim, pazarlama eğitimlerini almalı ve sağlam adımlarla geleceğe yönelmelidir (Marangoz, 2016; 112-113).

1.12. GİRİŞİMCİLİKTE ÇEVRESEL FAKTÖRLER

Toplumda birçok kişinin farkında olmadığı veya farkında olmak istemediği ekonomik gelişmeler yaşanmaktadır. Girişimci kişilerde genelde bu yapı içinde sivrilip büyük başarılar elde ettikleri görülmektedir. Bu sebeple ekonomik kalkınmanın en önemli yapı taşı girişimci kişilerdir. Toplumları zenginliğe iterler ve aynı zamanda refah seviyelerinin de yükselmesini sağlarlar. Kimi durumlarda ise özendirici etkiye sahip olurlar ve toplum içinde ortaya çıkmayı beleye girişimci kişilere ilham verirler (Tang, 2008; 130-140).

Çevresel faktörlerin başında sosyo-kültürel/politik faktörler gelmektedir. Bu bakımdan, toplumun genel kurumsal yapısı, değerler sistemi; özellikle aile, akraba ve arkadaşlık çevresi, formel eğitim sistemi, politik, ekonomik ve yönetsel uygulamalar gibi alt faktörler dizisinin girişimciliğin oluşumunu, bireyin kişilik yapısını da biçimlendirerek etkilediği söylenebilir. Bu faktörlerin genel olarak, Çevreci Düşünce Okulu (The Environmental School of Thought) tarafından da ön plâna çıkarıldıkları görülmektedir. Girişimcilik açısından makro bir yaklaşım biçimi sergileyen "Çevreci Düşünce Okulu, potansiyel girişimcinin yaşam biçimini etkileyen dışsal faktörlerle ilgilenir. Bunlar girişimsel arzuların biçimlenmesinde pozitif ya da negatif etkide bulunabilirler. Burada vurgu, girişimcilerin gelişmelerini güçlü biçimde etkileyen bir sosyopolitik çevresel yapıyı oluşturan kurumlar, değerler ve adetler üzerinedir. Girişimcilerin potansiyel gelişmelerini sıkça etkileyen bir başka çevresel faktör de mensup oldukları toplumsal gruplarıdır. Arkadaş ve akrabaların oluşturduğu atmosfer, girişimci olma arzusunu etkileyebilmektedir" (Kuratko ve Hodgetts, 1998: 36-37).

Girişimciler çevresel olarak istek ve beklentileri karşılayan kişilerdir. Bir başka bakış açısıyla ise bir bilim adamının ortaya koyduğu oluşumları halka arz eden kişilerdir. Daha açık bir söylemde ise girişimciler bilim insanlarının eserlerini yücelten bireylerdir. Girişimcilerin devletler tarafından da desteklenmesinin de birçok sebebi bulunmaktadır. Bu sebepler arasında öncelikle toplumun maddi refah seviyesini yükseltmesi buna bağlı olarak ülkenin sosyo-kültürel gelişiminin sağlanması, ülkeler arası rekabette söz sahibi olunması ve gelecek planlamalarında toplumu üreten toplumlar haline dönüştürmesi gibi (Tang, 2008; 130-140).

1.12.1. GİRİŞİMCİLİK ALTYAPISI

Girişimcilik alt yapısı genel olarak girişimciyi ve girişimi etkilemektedir. Dolaylı olarak ise ülke ekonomisini ve toplum refahını etkilemektedir. Bir başka doğrultuda ise girişimcilik ülke altyapısı girişimciyi doğrudan etkilemektedir. Genel olarak girişimcilik altyapısını etkileyen faktörler şunlardır;

- İnsan kaynakları:

- Kültür ve eğitim:
- Aile yapısı ve sosyal çevre:
- Yasal, siyasal ve idari faktörler:
- Mali çevre:
- Din:
- Girişimcilik teşvikleri ve destek mekanizmaları:

1.12.2. GİRİŞİMCİLİKTE ÜLKE YAPISI

21. yüzyılda bir ülkede girişimcilik gelişimini etkileyen faktörler arasında en çok etkili olan sebepler ekonomik altyapı ve teknolojik altyapıdır. Devamlılığı olan bir ülke ekonomisinde girişimcilik faaliyetleri emin adımlarla atılmaktadır. Girişimci ekonomik açıdan belirli seviyenin üstündeyse sadece karın doyurmak tabiri ile girişimcilik faaliyetinde bulunmaz. Girişimci kişi ekonomik açıdan özgür olarak hareket ediyorsa sağlam bir yapı oluşturarak acele kararlar vermemektedir. Girişimci kişi ekonomik sıkıntılar içinde değilken sadece para kazanmak için hareket etmez.

Bir diğer unsur olan teknolojik gelişim ise girişimcinin günümüzde vazgeçilmez bir seçeneğidir. Girişimci kişi teknolojik açıdan gelişmiş bir ülke altyapısında bulunuyorsa uluslar arası rakipleriyle yarışma imkanına sahiptir ve bu durumu akılcı olarak harekete geçiriyorsa her zaman bir adım önde olması beklenmektedir. Teknolojik açıdan gelişmişlik girişimcilik kavramının içinde araştırma geliştirme faaliyetlerinin imkanlarının olduğunu ve her zaman inovasyon yapabilme potansiyelinin olduğuna işarettir.

1.13. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI

Kişinin hür iradesiyle kendi işini kurma fikri ve ekonomiye katkıda bulunma düşüncesiyle harekete geçip kendi işletmesini kurması ve bu işletmeyi yönetmesinde birçok avantaj ve dezavantajı olmaktadır. Kişi kendi işletmesinin varlığını ekonomik ve yasal olarak kanıtladığı andan itibaren, kendi adına avantaj olarak sayılabilecek unsurlar arasında şu maddeler yer almaktadır (Güney, 2015; 76-77);

- Bağımsız olarak hareket edebilme isteğine ulaşılması
- Başarma duygusuna erişilmesi
- Toplum tarafından saygınlık kazanılması
- Kişisel olarak gelişmişlik ve gelişime devam edebilirlik hissinin yaratılması
- Finansal anlamda özgür olabilme yetisine sahip olabilmesi

1.13.1. BAĞIMSIZ HAREKET

Giderek daralan işgücü piyasalarında kişinin kendi fikriyle bireysel anlamda ekonomiye katkıda bulunması oldukça güç bir durumdur. Kişi bağımsızlık isteğini sadece kar elde etmek için değil bir bakıma kendi fikirlerini uygulamaya koyarak kişisel tatmin elde etme çabası gütmektedir. Kişi, kendine patronluk yapabilme arzusu ile idealleri doğrultusunda harekete geçmeyi planlar. Bu durumda girişimci kişiyi motive edici bir etkendir. Başarılı olması halinde kişi ilk olarak kendini tatmin etmiş olur ve buda ona hırs ve üretkenlik katar. Ekonomik anlamda özgür düşüncesini hayata geçiren girişimci yenilik yapma yönünde daha gerçekçi adımlar atmaktadır (Gabaldon-Anca-Galdón, 2015; 129-132).

1.13.2. BAŞARMA DUYGUSU

Başarma duygusu, kişilerin mükemmel sonuçlara erişmek için çaba göstermelerine neden olan etmen olarak belirtilmektedir. Öncelikle bireysel farklılık olarak, kişinin sahip olduğu karakteristik bir özellik olarak ele alınmaktadır. Bu duyguya sahip olan kişilerin kişisel ve profesyonel hedefler doğrultusunda istekli ve azimli çalışma ile güçlüklere meydan okuma yöneliminin yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu sebeple başarma duygusunda mükemmellik, kazanma ve içsel başarma duygusu ön plana çıkmaktadır. Başarma ihtiyacını kişi başarıyla özdeşleştirerek, kendini gerçek iş başarılarının artmasına neden olan önemli bir faktör olarak görmektedir. Araştırmalar yüksek başarma duygusuna sahip kişilerin kişisel gelişime önem verdikleri, orta derece risklere girmek istediklerini, sonuçları kolay elde edilebilecek işlere daha meyilli olduklarını, genellikle kendilerini iş hayatlarına adadıklarını, gönüllü olarak sorumluluk aldıklarını ve güçlükler

karşısında yılmadıklarını, işlerin gidişatı hakkında geri bildirim istediklerini göstermiştir (Kaya ve Selçuk, 2007; 176-177).

1.13.3. TOPLUM GÖZÜNDE YER EDİNME

Toplumsal kimlikler bireysel kimliklerin bir parçası olarak düşünülür. Kimlik karmaşık ve çok boyutlu bir kavramdır. Her bireyin kendini tanımada kullandığı bir kimliği mevcuttur. Birde toplumun bireyi tanımada olan toplumsal kimliği vardır. toplum tarafından algılanan bu kimliğe sosyal kimlik denmektedir. Bireyler başarılı girişimciler oldukları takdirde toplum tarafından benimsenir ve saygı duyulur. Bu durumda kişinin sosyal çevrede bir kimlik yaratması anlamına gelir. Bu durumun sonucunda birey çevresindeki birçok kişi tarafından tanınır. Kişi hem iş hayatında hem de özel hayatında bu ikincil kimliğinde farkında olsa da farkında olmasa da bir şekilde faydalanır (Chasserio vd., 2014; 130).

1.13.4. KİŞİSEL GELİŞİM

Girişimcinin organizasyonunu yaptığı kendi işletmesinde çeşitli alanlarda faaliyet gösterdikçe, kendi bilgi birikimini, potansiyelini ve tecrübesini geliştirme imkanı bulur. Kişisel gelişim unsuru girişimcinin performansına pozitif yansımaktadır. Girişimciyi teşvik eder ve yenilikler yapma konusunda güdüler. Kişisel gelişim başarıyla doğru orantılı olarak seyreder. Başarı arttıkça girişimci kendini geliştirmeye daha çok önem verir aynı zamanda girişimci kendini geliştirdiği doğrultuda organizasyonun başarısı da pozitif yönlü olarak devam eder (Çetin-Basım, 2012; 122-123).

1.13.5. FİNANSAL KONTROL

Toplum tarafından girişimcilerin finansal açıdan bağımsız olmaları genel olarak çok varlıklı olduklarını hissini doğurur. Fakat gerçek anlamda girişimci kişiler sadece servet peşinde koşmazlar. Girişimcilerin kendi mesleklerini yaratma tarzı bağımsızlık ve finansal özgürlüklere dayanır. Bunlarla birlikte bu bağımsızlığı ve bu özgürlüğü kendileri kontrol etme eğilimindedirler. Hatta bu konuda dış kontrol dağına sahip kişilerin elde edemeyecekleri şeyler yüzünden çevrelerine kötü izlenim

yarattıkları da görülmektedir. Başarılı girişimcilerin en önemli özelliği kendilerine inanmaları ve başarıların veya başarısızlıkların kendi kontrolünde gerçekleştiklerini düşünmelidir. Bir nevi sorumlulukları tamamen kendileri üstlenme durumudur (Bozkurt, 2006; 100)

1.14. GİRİŞİMCİLİĞİN DEZAVANTAJLARI

Girişimcilik mesleği, bir bireyin tercih edebilecek en zor meslekler arasında bulunmaktadır. Kişinin kendi işini kurması kolay değildir. Eğer bir işletme kurmak kolay bir olay olmuş olsaydı şüphesiz ki herkes kendi işini yapıyor olurdu. Girişimci kişilere karşıdan bakanlar olayın iç yüzünün ne kadar sıkıntılarla dolu olduğunu görmeyenler, girişimcileri sadece para kazanan kişiler olarak nitelendirmektedir. Girişimcilik mesleğinin birçok pozitif yönleri olduğu gibi pek çok negatif hatta pozitif yönlerinden daha fazla ve kişisel anlamda kişiyi daha çok yıpratıcı yönleri de bulunmaktadır. Girişimciliğin dezavantajları olarak kişisel özverileri ilk yer almaktadır. İkincil olarak girişimcilerin aldıkları sorumluluk yükü gelmektedir. Üçüncü olarak ise zarara karşı toleransın olmamasıdır (Güney,2015; 77-78).

1.14.1. KİŞİSEL ÖZVERİLER VE SAĞLIK SORUNLARI

Girişimciler işletmelerini kurdukları ilk zamanlarda, hayatları için ayırdıkları zamanlardan feragat etmektedirler. Bu durum girişimcilerin aile ve arkadaşlık hayatlarını olumsuz etkilenmektedir. Aynı zamanda uzun saatler çalışma koşullarına maruz kaldıklarında kendi sağlıklarından da ödün vermektedirler. Bu durum her ne kadar kurumsal bir yapı oluşana dek devam etse de bu geçen süre girişimciler için kendi idealleri doğrultusunda özel hayatlarına oldukça zarar vermektedir.

1.14.2. AŞIRI SORUMLULUK

Sorumluluk yükü girişimcinin kurduğu işletmenini başarısının artmasıyla artmaktadır. Aynı şekilde işletmesinin büyümesiyle doğru orantılı olarak artmaktadır. Her geçen gün büyüyen ve başarısını katlayan işletmelerin girişimcileri büyüyen işletme içi çalışanlarının artmasıyla sorumluluğu artmakta hem de başarısını daimi

kılabilmek ve yanında çalışan kişilerin işsiz kalmaması için her geçen gün yeni atılımlar yapma mecburiyeti girişimciye oldukça büyük sorumluluk katmaktadır

1.15. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Toplum içindeki bireylerin hayatlarını devam ettirebilmeleri için çeşitli alanlarda çeşitli ürün veya hizmetlere ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyaçlar gıda ihtiyaçları, giyim ihtiyaçları, gibi en genel ihtiyaçlardan tatil ihtiyacı, eğlence ihtiyacı gibi en özel ihtiyaca kadar şekillenmektedir. Bu ihtiyaçlar hem insanın dolayısıyla toplumun varlığının devam etmesi için karşılanması mecbur ihtiyaçlardır. Girişim kavramı da insanların bu ihtiyaçlarından doğmuştur ve giderek büyüyen bir sektör halini almıştır. Bu nedenlerle girişimcilik faaliyetleri toplumların vazgeçilemez unsurları arasındadır. Girişimciliğin bu denli önemli olduğu kişi ve toplum hayatında sektörün önemi genel olarak iki kola ayrılmaktadır. Bunlar; ekonomik açıdan girişimciliğin önemi ve sosyal açıdan girişimciliğin önemidir (Marangoz, 2016; 63).

Girişimcilik kavramının temelinde yatan mal ve hizmetlerin yenilik ve gelişim süreçleriyle desteklenme olgusu zamanla sosyal sorumluluk olgusunu da bünyesine dahil etmiştir. Toplumsal sorunlara çözümler üretebilme seçeneğine bağlı kalan ve bu bağlamda kar amacı gütmeden, ihtiyaçları karşılayabilme prensibiyle hareket eden bu kavram günümüz işletmelerinde müşterilerle bir köprü niteliği taşımaktadır (Dervişoğlu Okandan ve Görgülü, 2012; 14-15).

Günümüz girişimcilik kavramlarını açıklarken toplumsal değerlere son derece önem verdiğimiz açıktır. Girişim faaliyetlerinin evrensel ekonomide söz sahibi olabilmelerinden önce kendi içlerinde büyümeleri ve temellerini sağlam atmaları gerekmektedir. Eğer kuruluş aşamasında eksik kalan yerler varsa tamamlanması gereklidir. Bu eksik kalan yerler de genellikle toplumsal değerlere saygıdır. Sosyal gereklikleri nasılsa daha sonra yaparız diye geçiştiririz sözcükleriyle başlayan serüven şu an işletmelerin kuruluş ve işleyiş aşamalarındaki vazgeçilmez sorumluluğu halindedir. Günümüzde girişimcilik kavramıyla ekonomik kalkınma arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir http://www.gemconsortium.org/about/news ;

- Toplumsal değerlerin, kişisel niteliklerin ve girişimcilik ekosistemi ile ilgili girişimcilik faaliyetlerini destekleyen ve engelleyen unsurların ortaya çıkartılması gereklidir.
- Girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik büyümede ne kadar etkili olduğunu değerlendirecek platformların oluşturulması gereklidir.
- Girişimcilik kapasitesinin oluşturulması ve arttırılmasına yönelik politik adımların atılması gereklidir.

1.16. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ DİĞER KAVRAMLAR

Girişimciler, genellikle bir girişimi başlatan kişiler olarak tanınmaktadırlar. Bu kavram içerisinde herkesin sorgulayacağı iki durum oluşmaktadır. Girişimci kişi tamamen sermaye yükünü üstlenen kişi midir? Yoksa fırsatları değerlendirerek finansal kazanç elde eden kişi midir? Bu sorular üzerine birçok kaynakta bu durum hala tam netlik kazanmış değildir. Fakat girişimcilik kavramını tanımlanırken hem fon sağlayıcılığı hemde yöneticilik kavramına atıfta bulunulmaktadır. Bu sebeple sermayedarlık ve yöneticilik, başarılı girişimcilik faaliyetleri için ayrılmaz kavramlardır. Farklı izahları ve farklı sonuçlarla karşılaşılan durumları elbet ki olunan girişimcilik kavramında bu iki kavram önemli yer tutmaktadır (Hancı, 2004; 7-9).

1.16.1. SERMAYEDAR

Bir işletmenin kurulduğu ilk günden iş hayatına son verdiği güne kadar belirli bir sermayesinin bulunması gereklidir. Özellikle işletmelerin kuruluş aşamasında sermayeye oldukça ihtiyacı bulunmaktadır. İşletmenin sahipleri genellikle sermaye sahipleridir. Girişimcilik tanımında görüldüğü üzere riskleri alan kişi olarak geçen kişi aslında işletmenin sermayesini ortaya koyan kişidir. Girişimci kavramı bu sebeple belirli zamanlarda ayrıma düşmektedir. bu ayrımın en gözle görülen kısmı sermayedar girişimci ve yönetici girişimci şeklinde görünmektedir. Sermayedar girişimci işletmenin kuruluşunda gerekli sermayeyi ortaya koyarak ilerleyen zamanda yerini ya yönetici girişimcilere bırakabilir yada kendisi yönetici girişimci haline dönüşebilir. 1980'li yıllardan sonra özellikle işletmelerin kuruluş

aşaması dahil birçok fon karşılayıcıları dış kaynak olarak görülmektedir. Örnek olarak kamu kurumlarının işletmelerin kuruluş aşaması dahil tüm süreçlerinde işletme kurucularına fon sağlamasıdır. Bu sebeple sermayedar olmak tam anlamıyla girişimci olmak anlamına gelmemektedir (Bünyamin vd., 2015, 32).

1.16.3. YÖNETİCİLİK

İşletmelerin örgütlenme yapılarına bakıldığında üst düzey yöneticilerin genellikle işletme sahipleri olduğu görülmektedir. Bu durumda genel olarak yöneticilerin hem işletme yöneticisi hemde işletme sahibi olarak iki ayrı görevi üstlendiği görülmektedir. Yöneticiler yöneticilik becerilerine sahip olurken aynı zamanda işletme sahibi olabilmektedirler. Çünkü yöneticilik becerisine sahip olmak bir bakıma girişimcilik şartlarını yerine getirmek anlamına gelmektedir. 1980' li yıllardan itibaren işletmeler genel olarak kuruluş aşamaları dahil birçok fon gereksinimini dış kaynaklardan kullanır durumdadır. Bu sebeplerle yöneticiliğin girişimcilik kavramından ayrı tutulması gerektiği görüşü savunulmaktadır (Yıldırım vd., 2011; 198)

II BÖLÜM:

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI

Kadın girişimciliği gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde değerli bir istihdam alanıdır. Kadın girişimciliğinin sonuca ulaşma yönünden girişimcilik altyapısında erkek girişimcilikle pek farkı bulunmamaktadır. Dünya çapında 21. Yüzyıla gelinene kadar kadınların ekonomik hayatın içinde resmi kayıtlarının olmaması sebebiyle 1980'li yıllardan itibaren kadın girişimciliği kavramı literatürde gelişme göstermektedir. Gelişmiş toplumlarda dahi 21. Yüzyılda daha yeni yeni yönetim kademelerinde kadının yer alması bu çalışmaların haklılığını kanıtlar niteliktedir (Yetim, 2002; 90).

İktisadi anlamda kadınların ekonomik hayatın içinde genel olarak destek faktörü olarak bulunduğu bilinmektedir. Fakat bu destek faktörünün hiçbir şekilde resmi kayıtlara geçirilmemesi kadınların ekonomik hayatın dışına itildiğinin düşünülmesine yol açmaktadır. Örnek olarak çalışan erkeklerin eşlerinin evdeki rutin diye tabir edilen ev işlerini ve annelik faktörünün işin içine girmesiyle çocuk bakım görevini yerine getirmektedir. Bir başka örnek ise kadının tarım sektöründe kırsal alanda eşine yardımcı olarak çalışmasıdır. Türkiye'de kadın girişimciliği birçok farklı açıdan değerlendirilmektedir. Kimileri kadınların tamamen ev dışı ortamda bir faaliyette bulunan kadınları kadın girişimci statüsüne koyarken kimileri ise kadınların tamamen iktisadi hayattın her safhasında bulunmasını girişimcilik faaliyeti olarak değerlendirmektedir (Çakıcı, 2004; 2).

Bu örnekler kadınların ekonomik hayatta varlığını kanıtlamaktadır. Fakat kadınların resmi kayıtlarda ekonomik faaliyetlerin içinde olmama durumu eğitim seviyelerinin artmasıyla fark edilmektedir.

1980'li yıllardan sonra tüm dünya genelinde yapılan çalışmalar kadınların eğitim seviyelerini arttırmaya ve kadınları ekonomik faaliyetlerin içine çekmeye yöneliktir. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en çok ağırlık verdiği

politikalar arasında kadın-erkek eşitliğinin ekonomik alanda da varlığını kanıtlamasıdır.

2.1.1. KADIN GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ TANIMLAMALAR

Kadın girişimciliğinin tanımın aşağıdaki sınırlılıklar içine alınabilir (Güney, 2015; 238);

- Kadınların kar elde etmek amacıyla ikamet ettiği evin ekonomik faaliyetleri dışında herhangi bir yerde kendisinin sorumluluğunu üstlendiği herhangi bir ekonomik faaliyette bulunması.
- Ev dışı bir yerde ekonomik faaliyet göstermek amacı ile işletme sahibi olması.
- Ev içinde günümüzün trend çalışma şekli olarak nitelendirilen ‘‘home-office’’ çalışma şekliyle üretim yapması. Yaptığı üretimi yasal olarak belgelendirmesi ve sonucunda ülkeye katma değer yaratması.
- Ekonomik faaliyetlerle ilgili olarak diğer ekonomik faaliyetler içinde bulunan resmi kişilerle ilişkiler kurması.
- Yapılan çalışma ile ilgili elde edilen kazancın yatırım ve kullanım hakkının elinde olması.

Birçok yazar tarafından kadın girişimciliğine ait yapılan ayrı tanımlamalar anlamlı kabul edilmese de, birçok yazar tarafından da kadın ve erkek girişimciliğinin arasında pek çok fark görülmüş ve kadın girişimciliği girişimciliğin alt dalı olarak nitelendirilmiştir.

2.1.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE LİTERATÜR ÇALIŞMALARI

Candida G. Brush, Anne de Bruin ve Friederike Welter'ın araştırmalarında amaç edinilen konu Cinsiyede dayalı bir çerçeve oluşturulmak ve kadın girişimcilerin girişimler başlatması için teorik çerçeve hazırlamaktır. Aynı zamanda Kadın girişimciliği konusunda toplumsal ve ekonomik bir anlayış geliştirmektir. Araştırmanın sonucunda ise girişimciler için gerekli olan pazar, para ve yönetim anlayışının kadın girişimciler özelinde bu üç unsura ilaveten annelik ve makro/mikro

çevre unsuru ortaya konmuştur. Kadın girişimcilerin çoğalmasında politik anlayışın önemi ortaya çıkmıştır. Kadın girişimciliğinin gelişiminde kurumsallaşmış bir toplum yapısının geçerliliği otaya konmuştur (Brush vd, 2009).

Ceyda Maden'in araştırmasında amaç edindiği konu Türkiye'deki kadın girişimcilik hareketine ışık tutmak, kadın girişimci profilini oluşturmak, kadınların giirişimci olma nedenlerinin araştırmasını yapmak, kadınların iş hayatında karşılaştığı zorlukları belirtmek ve kadın girişimcilik politikalarına destek vermektir. Bu amaçlar dahilinde araştırmaların sonucunda ise Başarılı Türk kadın girişimcilerin, kişilik özellikleri bakımından benzer özellikler taşıdığı görülmüştür. Bu özellikler; kararlılık, mental açıdan hazır, vizyoner ve yenilikçiliktir. Topluma hizmet ve bağımsızlık idealleri Türk kadının girişimci olma sebepleri olduğu bulunmuştur. Türk kadınının girişimcilik yolunda çeşitli destek kuruluşlarının olmasına rağmen iş hayatına girerken sermaye bulabilme ve yönetim oluşturabilme sorunları yaşadığı açıklanmıştır. Türkiye'deki kadın girişimcilerin çoğunluğu ekonomik hayata geçişte mali sorumlulukları geleneksel (Aile içi sermaye) yollardan temin ettiği görülmüştür (Maden, 2015).

Veland Ramadani, Gadaf Rexhepi, Hyrije Abazi-Alili, Bersant Beqiri ve Abdullah Thaçi'nin araştırmalarında amaç edinilen konu Kosova'daki kadın girişimcilerin iktisadi hayatın gerektirdiği yeterliliklere sahip olup olmadığı ve savaş sonrası Kosova'daki kadın girişimciliğin gelişiminin ölçülmesidir. Bu araştırmanın sonucunda ise Kosova'daki kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu ticaret ile uğraşan küçük işletme sahibi olduğu belirlenmiştir. En büyük sorunlarının finansman olduğu ortaya konmuştur. İyi eğitimli oldukları görülen kadın girişimcilerin yönetim konusunda sorun yaşamadıkları görülmektedir (Ramandani vd., 2015).

Chonnatcha Kungwansupaphan ve Jibon Kumar Sharma Leihaothabam' ın araştırmalarında amaç edinilen konu Girişimcilik faaliyeti için önemli olan insan, sosyal yaşam, kurumsallık, finansman gibi 4 sermaye faktörünün kırsal kadın girişimciliğinde etkilerinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Bu araştırmanın sonucunda ise; Her bir sermaye faktörünün birbiriyle ve kırsal kadın girişimciliğiyle ilişkili olduğu

saptanmıştır. Kırsal kadın girişimciliği ile 4 sermaye faktörünün bütünleştiği anda başarının ortaya çıktığı görülmüştür (Kungvansupaphan ve Leihaothabam, 2016).

Caleb Kwong, Dylan Jones-Evans ve Piers Thompson' ın araştırmalarında amaç edinilen konu kadın olmak ile girişimcilik faaliyetlerini yürütebilmek arasındaki etki araştırılmıştır. Kadın bireyin girişim başlatmadaki en büyük engelinin finansman olup olmadığı araştırılmıştır. Girişimcilik faaliyetinde toplumsal cinsiyet etkisinin ve cinsiyet etkileşiminin olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmada sonuç olarak ise kadınların finans konusunda erkek meslektaşlarına göre daha fazla finans bulma sorunu yaşadığı ortaya çıkmıştır. Kadın girişimcileri cesaretlendirmek için fon bulma problemlerine hükümetler tarafından çözüm bulunmasının gerekliliği ortaya konmuştur(Kwong vd., 2012).

Anne de Bruin ve Susan Flint-Hartle'ın araştırmalarında Yeni Zelanda'daki kadın girişimcilerin başlarında bulunduğu işletmelerin, başarılı kadın girişimciler önderliğinde, işletmelere büyüme fırsatları için gerekli sermayenin özel sermaye arzında olduğunun farkındalığını sağlamak ve aynı zamanda ülke içerisinde kadın ve erkek çalışanların çalışma koşullarında hiçbir ayrım olmadığının farkında olunması amaçlanmıştır. Araştırmalar sonucunda Yeni Zelanda'da cinsiyet ayrımcılığının olmadığı görülmektedir. Kadınların girişim sermayesine katılımının yükseldiği belirlenmiştir. Kadın girişimciliğinin gücünün artmasında özel girişim sermayesinin varlığı fark edilmektedir. Ayrıntı olarakta ise ileri teknoloji sahasında kadın girişimcilerin varlıklarının azlığı vurgulanmıştır (Bruin ve Flint-Hartle, 2005).

Leila Nasrolahi Vosta ve Mohammad Reza Jalilvand'ın araştırmalarında amaç edindiği konu İran'da kırsal bölgedeki kadın girişimciliğine, sosyal sermayenin etkisinin incelenmesidir. Araştırmanın sonucu olarak ise sosyal sermayenin kırsal alandaki kadın girişimciler üzerinde olumlu etkileri belirgin bir şekilde olduğu görülmektedir. Sosyal sermayenin; yapısal, ilişkisel ve bilişsel faktörlerinin kırsal alandaki kadın girişimcilerin psikolojik faktörlerine (başarı, yenilik, kişisel kontrol, bağımsızlık, risk alma, belirsizlik kaygısı) etki ettiği görülmektedir (Vosta ve Jelilvand, 2014).

Ezilda María Cabrera ve David Mauricio' nun araştırmasında kadın girişimcilerin başarısını etkileyen faktörlerin niceliksel ve niteliksel yönden ölçülmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın sonucunda ise kadın girişimciliğin başarısını 5 faktörün etkilediği saptanmıştır. Bunlar; pazar, para, yönetim, mikro/makro çevre ve annelik olduğu belirlenmiştir (Cabera ve Mauricio, 2017).

Susan Clark Muntean ve Banu Özkazanç-Pan araştırmalarında Cinsiyet faktörünün sosyal girişimcilik ekseninde, mevcut varsayım ve yaklaşımlarla birlikte ticari girişimcilik anlayışına da feminist bir bakış açısı yaratmayı amaç edinmiştir. Araştırmalarında sonuç olarak sosyal girişimcilik yapısı toplumsal cinsiyetin örgütlenme noktası olarak tanımlanmaktadır. Sosyal girişimcilik alanındaki feminist yaklaşımın, kar amacı güden ticari girişimcilik anlayışında cinsiyetsizlik ilkesi ile yaklaşılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu konuda kültürel, siyasi ve ekonomik reformların yapılması gerekli görülmüştür (Muntean ve Özkazanç-Pan, 2016).

Tatiana Iakovleva, Marina Solesvik ve Anna Trifilova Sovyetler birliği dağıldıktan sonra Rusya ve Ukrayna ülkelerinin kadın girişimciliği politikalarını incelemek. Kadın girişimcilere ülke hükümetlerinin destek programların varlığını haberdar etmek. Mali olanakların bulunabilirliğine yönelik farkındalık yaratmak amacıyla araştırmalarını yürütmüşlerdir. Sonuç olarak ise Rusya ve Ukrayna ülkelerinin geçiş sürecini atlattıkları ortaya konmuştur. Son 10 yıldır ülke hükümetlerince girişimcilik genelinde destek programları oluşturulmuş ve bu programlara kadın girişimcilere özel destek paketleri oluşturulmuştur (Iakovleva vd., 2013).

Frances M. Amatucci ve Daria C. Crawley araştırmalarında kadın girişimcilerin işletmelerinin dünya çapında büyümeleri ve başarılarının artmasında ki faktörlerin araştırılması. Kadın girişimcilerin başarısında, insan ve finans sermayesinin önemini vurgulamak. Az çalışan kişinin yeterliliği ve kendine olan güvenin sosya-bilişsel rolünün araştırılması. Cinsiyete dayalı finansal yönetim tutumlarının incelenmesi amaçlarını gütmüşlerdir. Araştırmaların sonucu olarak ise az çalışan kişide, kaygıyla birlikte güven eksikliğine rastlanmaktadır. Finansal yönetim ile ilgili olarak yaş ve ırk farklılıkları önemli ölçüde etkilidir ve bu durum

birde finansal öz yeterlilik ile ilişkilidir. Kadın girişimcilerin çoğalmasında ve başarılarının artmasındaki en önemli faktörün finansal öz yeterlilik olduğu vurgulanmaktadır (Amatucci ve Crawley, 2011).

Päivi Eriksson, Saija Katila ve Mervi Niskanen araştırmalarında Finlandiya'daki KOBİ'lerin finansman kaynağı bulmada ve temin etmede cinsiyetin etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın sonucu olarak ise ülkede çok uzun yıllardır kadın girişimciliğinin var olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kadınlara ve erkeklere farklı fonlama modellerinin olduğu saptanmıştır. Kadın ve erkeklerin finansal fonları bulmada ve temin etmede farklılık saptanmamıştır (Eriksson vd., 2009).

John Watson, Rick Newby ve Annie Mahuka araştırmalarında amaç edindiği konular Avustralya'da kadınlara ve erkeklere ait KOBİ'lerin desteklenmesini karşılaştırmak. Kadınlara ait işletmeler ile finansal fonlayıcılar arasındaki ilişkiyi irdelemek. Bu araştırmayı erkek ve kadın işletme sahipleri özelinde karşılaştırmak. Araştırmaların sonu olarak ise kadınların finansal kaynak için finansal fonlayıcılarla kurulacak ilişkide çekingen tavırları görülmüştür. Bu sonuca sebep olarak araştırmanın sadece Avustralya'nın batı gölgesinde yapılmış olması belirtilmiştir. Araştırma sonucuna göre hala kadın girişimcilerin sayısında ve başarılarında negatif yönlü bir tablonun olmadığı görülmüştür (Watson vd., 2009).

Saurav Pathak, Sonia Goltz ve Mari W. Buche yapmış oldukları çalışmada toplumsal cinsiyet eşitliğine dayalı bir toplumda, cinsiyete dayalı kurumların kadın girişimciliğine olan etkilerini görmek. Toplum içindeki makro düzeydeki değişkenlerin, kadınların ekonomik yapıdaki hareketlerine yaptığı etkinin araştırılmasını amaç edinmişlerdir. Araştırmaların sonucu olarak ise cinsiyete dayalı kurumların, kadın girişimcilere orta düzeyde etki ettiği görülmüştür. Kültürel değerlere bağlı bölgelerde kadın girişimcilerin sorunlarla karşılaştıkları görülmüştür. Kadın girişimciliğin kültürel bağlamda ele alınması gerektiği sonucuna varılmıştır (Pathak vd., 2013).

Banu Özkazanç-Pan yürüttüğü çalışmasında amaç edindiği konular kadın girişimciliğinde laiklik ve İslami feminizm yaklaşımlarının etkilerini araştırmak. Türkiye'de devam eden laiklik ve İslami ideolojilerin arasına sıkışmış politikaların cinsiyet eşitsizliğindeki ekonomik, sosyo-kültürel ve politik konulardan gördüğü zararı araştırmak. Kadın girişimcilik kavramının cinsiyet eşitliği ile güçleneceğini savunmaktır. Araştırmanın sonucunda ise yaygın olarak toplumda ataerkil anlayış görülmüştür. Hem laik hemde İslami feminist düşünce yapılar bulunmuştur. Bu iki yapıyı birbirine Türk ulusçuluğunun bağladığı görülmektedir. Ekonomik anlamda kalkınma ideolojisi için cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kalkması gerektiği savunulmuştur (Özkazanç-Pan, 2015).

Syed Zamberi Ahmad ve Afida Mastura Muhammad Arif, çalışmalarında gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimcilerin finans kaynakları konusunda karşılarına çıkan fırsatlar ve karşılaştıkları zorlukları ortaya koymayı amaçlamışlardır. Araştırmaların sonucunda ise gelişmekte olan ülkelerde finans kaynaklarının öneminin büyük olduğu vurgulanmıştır. Kadın girişimcilerin finans kaynaklarına erişiminde hükümetlerin izlediği politikalar önemli olduğu görülmüştür. Gelişmekte olan ülkelerde başarıya giden yolun gelişmiş ülkelerdeki başarılı kadın girişimcilerin model olarak alınması gerekliliği vurgulanmıştır (Ahmad ve Arif, 2015).

Katarina Pettersson, çalışmasında sonucuna ulaşmak istediği konu İskandinav ülkelerinde kadın girişimciler için ulusal devlet destek programlarını analiz etmek ve bu desteklerin gerekli kişilere ulaşıp ulaşmadığını belirlemektir. araştırmanın sonucunda İzlanda hariç tüm İskandinav ülkelerinde kadın girişimciler için destek programlar yapılmıştır. Tüm İskandinav ülkelerinin politikaları birbirinden bağımsız ve farklıdır. Feminizm yaklaşımını en belirgin sergileyen ülke Norveç'tir. Ekonomik büyüme temelli neo-liberal yaklaşım Danimarka'da uygulanmaktadır. Finlandiya, İsveç ve İzlanda bu iki ülke arasında yer alan sosyal devlet ve eşit haklar anlayışına göre hareket etmektedir sonucuyla karşılaşılmıştır (Petterson, 2012).

Friederike Welter araştırmasında Alman hükümetinin kadın girişimciye yönelik politikaları incelemek. Siyasi ve toplumsal çevrenin kadın girişimciye olan bakış açısını saptamak. Kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunları açığa çıkarmak amaç edinmiştir. Araştırma neticesinde kadınlara özgü yapılan politik düzenlemelerle kadınlara mikro kredi imkanları sunulmaktadır. Siyasi ve toplumsal yapının baskısıyla kadın işletmecilerin sayısının artmasına yönelik tutum izlenmektedir. Kadın girişimcilerin yaşadığı en büyük sorunun geçici işçi olarak algılanması durumu görülmüştür (Welter, 2004).

Nisreen A. Ameen ve Rob Willis çalışmalarında Arap ülkelerinde girişimcilik faaliyetlerinde kadın girişimcileri desteklemek için mobil teknoloji araçlarının desteğini ne denli olduğunu araştırmak ve Arap ülkelerinin girişimcilik faaliyetlerinde cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırma yollarını keşfetmeyi amaç edinmişlerdir. Araştırmaların sonucunda Ülke kadınlarının bir kısmının hala mobil teknolojiden haberdar olmadığı görülmüştür. Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmasında önlerine birçok engel çıktığı görülmektedir. Bu engellerin teknolojiyle giderilebileceği araştırma sonunda saptanmıştır (Ameen ve Wilis, 2016).

Maria Bogren ve Yvonne von Friedrichs araştırmalarında sosyal sermayenin girişimcilik için önemli bir güç olduğunu pekiştirmeyi ve kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin vazgeçilemez bir unsur olduğunu ortaya koymayı amaç edinmiştir. Çalışmada hedeflenen bir başka amaç ise kadın girişimciliği özelinde güven oluşturma konusunda teorik bir çerçeve çizmektir. Araştırmalar sonucunda Kadın girişimciliğinde güven mekanizmasının işleyişinin toplumsal ve kişisel yönlerinin ayrı ayrı incelenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır (Borgen ve Von Friedrichs, 2016).

Katherine Terrell ve Michael Troilo araştırmalarında Farklı değer (kültürel-kişisel) türlerinin bir kadının girişimci olmaya karar vermesindeki etkileri amaç edinilmiştir. Araştırma sonucunda ise Her kıtanın, her ülkenin farklı kültürel değerleri olduğu ve bu değerlerin, kadınların mesleklerine göre kişisel anlamda etkiler gösterdiği görülmüştür (Treller ve Troilo, 2010).

Patricia Day-Hookoomsing araştırmasında İzlanda gibi küçük ada ülkelerinde eğitimin, kadın çalışanlar ve kadın girişimciler üzerindeki etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonucu olarak ise Küçük ada ülkelerindeki kadınları geliştirmeye yönelik eğitimin, kadın çalışanlar ve kadın girişimciler üzerinde olumlu etkileri görülmüş. Bu etkilerin kadınlarda liderlik ve girişimcilik konularında güdülendiği görülmektedir (Day-Hookoomsing, 2002).

Nancy Hodges, Kittichai Watchravesringkan, Jennifer Yurchisin, Elena Karpova, Sara Marcketti, Jane Hegland, Ruoh-Nan Yan ve Michelle Childs araştırmalarında başarılı kadın girişimcileri tarafından kullanılan işletme içi stratejileri araştırmak. Kadın girişimcilerin küçük konfeksiyon işletmelerinde çalışma performansını yönetmedeki yaşanılan zorlukları ölçmek gibi amaçlar hedeflenmiştir. Araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular ile Kadınların erkeklere göre işletme yönetiminde 3 farklı sorunla yoğun bir şekilde başa çıkmaya çalıştıkları görülmüştür (Hodges vd., 2015).

Bu 3 sorun ise;

- Kadınların başarılı olabilmeleri için yeterli maddi olanaklara ulaşamaması.
- Kadınların sosyal sermayeye ulaşmada güçlük yaşaması.
- Kadınların çalışma koşullarını aile yapısına göre şekillendirme zorunlulukları.

Andrew van Hulten çalışmasında Avustralya'daki kadın ve erkek girişimcilerin, büyüme beklentilerinde ve finans taleplerindeki farklılıkların olup olmamasının belirlenmesi ile fon sağlayıcılar tarafından kadın ve erkeklere karşı farklı tutumların olup olmadığını araştırmayı amaç edinmiştir. Araştırma sonucunda firma çeşitliliği, mal sahipliliği ve risk özelliklerinin kontrolü yapıldıktan sonra girişimcilerin büyüme hedeflerinde cinsiyete göre farklılıklar olmadığı saptanmıştır. Fon sağlayıcılar tarafından ülke genelinde işletme finansmanı için cinsiyet faktörünün etkisinin olmadığı görülmüştür (Van Hulten, 2012).

Kwame Adom ve Irene Tiwaa Asare-Yeboa çalışmalarında Gana'da insan sermayesi unsurları arasında eğitim düzeyi, eğitim bölgesi ve iş tecrübesinin kadın girişimcilik üzerine etkileri araştırılmaktadır. Bununla birlikte Gana'daki beşeri faktörlerin, kadın girişimciliğine olan etkilerini araştırmayı amaç edinmişlerdir. Araştırma sonucunda yapılan çalışmalarda kadın girişimcilerin, başarılı olabilmeleri için mesleki eğitim düzeyinde teorik ve uygulamalı eğitimlere ihtiyaç duydukları görülmektedir. Kadın girişimcilik düzeyindeki düşük eğitim seviyesindeki kişilerin, hükümet tarafından etkili politikalarla teşvik edilmesi ve eğitim olanaklarının sürdürülebilir hale gelmesi gerekli olduğu görüşüne varılmıştır (Adom ve Asere-Yeoba, 2016).

Anna Nikina, Lois M. Shelton ve Séverine LeLoarne araştırmalarında İskandinav ülkelerindeki kadın girişimcilerin evlenme durumu ve evlendikten sonra işiyle olan ilişkisinin incelenmesi amaç edinilmiştir. Araştırma sonucunda eşler arasındaki baskınlık kadın girişimcinin işini olumlu veya olumsuz etkilemekte olduğu saptanmış. Eşlerin destekleyici rol biçimleri kadınları başarıya götürmüş. Bu duruma en büyük etkenler arasında evlilik sözleşmesi ve psikolojik sözleşmenin sebep olduğu vurgulanmıştır (Nikia vd. 2015).

Dieter Bögenhold ve Uwe Fachinger çalışmalarında serbest meslek özelinde iş olanaklarının artması ile kadın girişimci sayısında yaşanan artışı araştırmak. Kadınların serbest piyasada bulunmaya başlamasıyla iş hacimlerinde artışların yaşanmasını araştırmayı amaç edinmişlerdir. Araştırmalar neticesinde Serbest meslek alanının genişlemesi desteklenen bir olgu olduğu görülmektedir. Küçük işletmelerin arttığı ve istihdamın arttığı görülmektedir. Serbest meslek olgusunun, kadın girişimciliği temelde destekler nitelikte olduğu görülmektedir (Bögenhold ve Fachinger, 2015).

Carlos Costa, Zelia Breda, Fiona Eva Bakas, Marilia Durão ve Isabel Pinho çalışmalarında Brezilyada yayılan turizm geliştirme programları ve kadınları güçlendirme stratejisi, toplumsal cinsiyet rollerinin girişimci ideallerini nasıl etkilediğinin araştırılması konuları amaç edinilerek Brezilyada turizm sektöründeki girişimcilere, mevcut girişimcilik teorisine göre yaklaşılıp yaklaşılmayacağı

hedeflenmiştir. Araştırmanın sonucunda girişimcilik rolünde cinsiyetin etkili olmadığı görülmüştür. Girişimcilik motivasyonu ve önündeki engeller geçmiş girişimcilik faaliyetlerine son verilmesi gerektiğini işaret etmekledir. Kadınların turizm girişimciliği konusunda alternatif iş kavramları oluşmasına neden olduğu görülmektedir (Costa vd., 2016).

Anne Laure Humbert ve Clare Brindley çalışmalarında kadın girişimcilerin risk almaya dayalı çekincelerini ve toplumsal cinsiyet bağlamında riski analiz etmedeki yeteneklerini araştırmıştır. Kadın girişimcilerin risk algılarını ölçerek kadın girişimcilerin risk kavramı ve sosyal roller arasında ilişki kurmaları yönündeki yeteneklerinin olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda riskin, kadın girişimcilerin deneyimlerine uyacak şekilde genişletilmesi gereken toplumsal bir cinsiyet kavramı olduğu belirtilmektedir. Bu durum Sosyo ekonomik çevrede yoğunlaştığı cinsiyete dayalı beklentilerin etkileri olarak görülmüştür (Humbert ve Bridley, 2015).

Cynthia Forson, araştırmasında Feminist bir yaklaşım ile Siyahi göçmen kadınların iş yaşamında deneyimlerini keşfetmeyi ve büyük, orta ve küçük ölçekli işletme faaliyetleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaç edinmiştir. Aynı zamanda özel ve kamu sektörleri arasındaki anlaşma ve çatışmalarla ortaya çıkan fırsatları ve engelleri incelemeyi hedeflemiştir. Araştırmanın sonucunda çalışmaya katılan kadınların iş-yaşam dengelerini yönetme kabiliyetlerinin ve küçük işletme sahipliğinin kültürel, yapısal ve genetik boyutları arasında güçlü ilişkiler olduğu saptanmaktadır. Bu durumun sosyal etkileşimler tarafından şekillendiği de ortaya konulmaktadır (Furson, 2013).

Ruta Aidis ve Julie Weeks, çalışmalarında Dünya genelinde girişimcilik desteklerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Kadına verilen destekler ile erkeğe verilen destekler arasındaki farklar incelenmiştir. Araştırma sonucunda çalışmada özellikle 2013 yılı itibari ile kadın girişimciliği konusunda dünya çapında birçok ülkede kadınların performansını arttırmaya ve onlara destek sağlamaya yönelinmiştir. Kadın girişimcilik destekleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde erkeklere göre daha fazla olduğu belirtilerek kadınlar

özelinde birçok hükümetlerin kadınlara pozitif yönlü destekleri olduğu belirlenmiştir (Aidis ve Weeks, 2016).

Souha R. Ezzedeen ve Jelena Zikic'in çalışmalarında küçük ve orta boy ölçekli işletmelerde cinsiyet faktörüne bağlı finansal başarı araştırılmıştır. Araştırmalar sonucunda kalıcı cinsiyet kalıpları sebebiyle kadına verilen desteğin erkeğe verilen destekten daha az olduğu sonucuna varılmaktadır. Burada en önemli faktörün cam-tavan olduğu gösterilmektedir (Ezzedeen ve Zikic, 2012).

Paull Christopher Weber ve Louis Geneste, çalışmalarında küçük ve orta boy ölçekli işletmelerde cinsiyet faktörüne bağlı finansal başarı araştırmışlardır. Araştırma genelinde erkeklere oranla kadınların daha az çalışmaya katışımı gözlenmiştir. Fakat kadın işletme sahiplerinin finansal performans olarak erkeklere oranla daha başarılı oldukları görülmektedir. Pek tabiki kadın işletme sahiplerinin azlığı gözden kaçmayacak bir unsurdur belirlenmiştir (Weber ve Geneste, 2014).

Anja K. Franck, çalışmasında kadınların resmi olmayan girişimcilik faaliyetlerine girişmelerini motive eden faktörler araştırılmaktadır. Araştırmanın sonucunda kadınların kayıt dışı çalışmalarının sebepleri arasında fakirlik ve erkekler tarafından işgücü piyasasında istenmeme sonucuna ulaşılmıştır. Fakat buna rağmen kadınların aile ihtiyaçlarının karşılanması için girişimcilik faaliyetlerine girdiği ve kayıt dışı olsa da önemli bir gelir elde ettiği görülmüştür (Frank, 2012).

Marina Bianchi, Valentino Parisi ve Renato Salvatore, çalışmalarında kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarının sebepleri araştırılmaktadır. Araştırmalar neticesinde İtalya'da kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunma isteklerinin kişisel tatmin olduğu görülmüştür. Kadınları motive eden faktörlerinin çokluğu kadınların memnuniyet derecesini arttırmaktadır ve finansal performanslarını olumlu yönde etkilediği görülmüştür (Bianchi vd., 2016).

Cuc Nguyen, Howard Frederick ve Huong Nguyen, çalışmalarını kırsal kesimdeki kadınlara yönelik hükümet tarafından sağlanan desteklerin varlığına ve var olan desteklerin kadınların girişimcilik faaliyetlerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla yürütmüşlerdir. Araştırmalar neticesinde Vietnam'da yapılan bu çalışmada

hükümetin kırsal kesimde olan kadınlara yönelik desteklerinin olduğunu belirlemiş fakat eğitim olanaklarının kısıtlı olması sebebiyle kırsal kesimdeki kadınların bu desteklerin farkında olmadığı görülmüştür. Bu sebeple bu bölgede kadınların eğitimine yönelik desteklerin arttırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır (Nguyen vd., 2014).

Abeer Yousuf Danish ve Helen Lawton Smith, çalışmalarında Suudi Arabistan'daki kadın girişimcilerin karşılaştıkları finansal ve çevresel güçlükleri araştırmaktır. Araştırma sonucunda iktidari yapıya, dini görüşe ve kadının ikinci sınıf olarak görülmesine rağmen kadınlar ticari faaliyetlerde bulunmakta oldukları görülmüştür. Devlet tarafından desteklenmedikleri görülmektedir. Kadınların ticari alanda erkeklerle eşit haklara sahip olduğu ama toplum tarafından benimsenmediği belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin bu anlamda hükümetten destek istediği ve pozitif ayrımcılığın ortadan kalmasını istedikleri nicel ve nitel verilerle desteklenmektedir (Danish ve Smith, 2012).

Diane M. Sullivan ve William R. Meek, çalışmalarında girişimcilikte cinsiyet faktörünün araştırılması ve kadın girişimcilikle ilgili literatür incelemesi yapılmıştır. Aynı zamanda kadınlara girişimcilik yolunda bir model oluşturulması hedeflenmiştir. Araştırmalar neticesinde yapılan incelemelerde son yirmi yılda akademik anlamda kadın girişimciliği konusunda artış gözlenmiş fakat daha fazlalaşması gerektiği savunulmuştur. Kadın girişimciliğine mali desteklerin artması gerektiği öngörülmüştür. Model araştırılması ise konuya ilişkin yapılan incelemeler neticesinde sonuçsuz kalmıştır (Sullivian ve Meek, 2012).

Haya Al-Dajani, Zografia Bika, Lorna Collins ve Janine Swail, çalışmalarında toplumsal cinsiyet ve aile şirketleri arasındaki ilişki araştırılarak cinsiyetçi yaklaşımın aile şirketlerinde nasıl güçlendiğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmada varılan sonuçlara göre kadınların, iş hayatında var olma isteklerinin, aile işletmelerinin başına geçmeleri için önemli bir adım olacağı inancında oldukları görülmektedir. İktidar sahipliği isteği ve aynı zamanda kazanma ve başarı isteği kadınlara motivasyon kaynağı olmaktadır. Aile içindeki dinamiklerde kadının işletme başına geçmesiyle bir sorunun çıkmadığına değinilerek aile

işletmelerinin başına geçen kadınların sayısının günden güne fazlalaştığı görülmüştür (Al-Dajani vd., 2014).

Xuguang Guo ve Jon M. Werner, çalışmalarında aile içindeki sorumluluklar ile birlikte kadının çalışma hayatında aile bireylerinden aldığı destek ve kadınların iş sahibi olmasıyla birlikte iş yerlerinde ortalama kaç saat çalıştıklarının araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma neticesinde evli ve çocuklu annelerin iş sahibi olmaya daha meyilli oldukları ortaya konulmuştur. Bu duruma sebep ise evli ve çocuklu kadınların aile bireylerinden maddi destek almasıyla açıklanmaktadır. Kadının işyerinin başında erkekten daha az kaldığı da görülmektedir (Guo ve Werner, 2016).

Jane L. Glover, çalışmasında tarım bölgelerinde aile işletmelerinde babadan işi devralacak olan kadının karşılaşacağı güçlükleri araştırmak amaçlanmaktadır. Araştırmalar neticesinde tarım sektöründe babadan kalan aile işletmesini devam ettirmek, bir kadın için zor olacağı belirtilmiş ve yapılan araştırmada babanın iş hayatındaki çevresel dinamikleri kadının karşısında problem olacağı sonucuna varılmıştır (Glover, 2014).

Jodyanne Jane Kirkwood, çalışmasında Yeni Zelanda'da kadınların girişimcilik iş biçimleri ile erkeklerin girişimcilik iş biçimleri arasındaki farkları ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Performans temelli olması amaçlanan bu çalışma iş hayatında kadın ve erkek arasındaki iş hayatının farklılıkları ile birlikte hangi sektörde finansal açıdan birbirlerine üstünlük sağladıklarının araştırılması hedeflenmiştir. Araştırma sonucuna göre cinsiyetler arasında tamamen anlamlı bir sonuç bulunamamıştır. Kadınların kişisel ve kısa zamanlı başarıları daha çok hedefledikleri görülmektedir. Erkeklerde ise uzun vadeli ve kapsamlı bir maddi başarı hedeflendiği ortaya çıkmaktadır (Kirkwood, 2016).

Carol Ekinsmyth, çalışmasında toplumsal cinsiyet temelli girişimcilik teorisi geliştirmeyi amaçlamıştır. Kadının annelik rolünün iş hayatındaki etkileri bulunmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda iş yapısına ve kişisel becerilerin farklılığına göre annelik rolünün etkisi, iş hayatında farklılaşmaktadır. İş hayatında belirli bir başarıya

odaklanan kadın girişimci annelik rolünü sınırlaması gerektiği görülmüştür. Girişimcilik faaliyetine başlayacak annelerin ise eşlerinden destek alması hatta kurulu işlerde işin başında anne kadınları gözüküyor olması da işi eşin yaptığının bir göstergesi olduğu belirlenmiştir (Ekinsmyth, 2013).

Patricia Gabaldon, Celia De Anca ve Concepcion Galdón, çalışmalarında serbest meslekte çalışan annelerin, iş yaşam dengelerinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmada varılan sonuca göre çalışan annelerin iş yaşam dengesini kurmaları için hükümetten destek istedikleri görülmektedir. Bu desteğin finansal boyutlarda tatmin edici olması ve çocuk bakımı konusunda devletten maddi destek almaları gerektiğini savundukları ortaya çıkmaktadır (Gabaldon vd., 2015).

Maria Bogren, Yvonne von Friedrichs, Oystein Rennemo ve Oystein Widding, çalışmalarında amaç olarak İskandinav kadınların iş hayatında kurdukları iletişimler ve bu iletişim sayesinde gelişen kadın girişimcilik ağlarının gelişimindeki faktörleri belirlemektir. Araştırma sonucunda çalışmada İskandinav kadınlar arasındaki kişisel iletişimin yayılarak zamanla geliştiği ve kadınların birbirlerine ilham verdikleri gerçeğiyle karşılaşılmıştır. Gelişen iletişim olanakları sayesinde kadınlar arasında örgütsel yapılar kurulmuş ve bir kartopu gibi büyümüştür. Bunlar sonucunda kadınların ticari hayatta söz sahibeliği artarak kendileri için ayrı politikalar talep eder hale gelinmiştir ve işlerini büyütme istekleri ulaşılabilir bir hedef haline gelmektedir (Borgen vd., 2013).

Leona Achtenhagen ve Malin Tillmar, çalışmalarında akademik anlamda kadın girişimciliğine yönelik çalışmaların hangi anlamda yapıldığına ve politika yapıcıların bu konulardan ne kadar faydalandıklarına yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırmalar neticesinde 2010 yılı sonralarında İskandinav ülkelerinde politikacılar tarafından kadınların yeni girişim faaliyetlerine yönelmeleri gerektiğine çağrı yapılmaktadır. Özellikle toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda akademik anlamda yapılan çalışmaların çokluğu dikkat çekmektedir (Achtenhagen ve Tilmar, 2013).

Diana M. Hechavarria ve Amy E. Ingram, çalışmalarında girişimcilik ve cinsiyet ilişkisinin etkileşimini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada bir diğer amaç edinilen konu ise girişim girişimcileri ile sosyal girişimcilerin karşılaştırılmasını yapmak olmuştur. Araştırma neticesinde cinsiyet biçimi, girişimcilik türlerinde de ayrılmalara yol açmaktadır. Erkek girişimcilerin daha çok girişimci girişimciliğine yöneldikleri görülürken kadınların ise daha çok sosyal girişimcilik olgusu üzerinde durduğu görülmektedir. Bu durumun ise erkeklerin daha çok ticari faaliyetler güttüğünü ortaya koymakta kadınların ise daha çok organizasyonel faaliyetlerde bulunduğunu göstermektedir (Hechavarria ve Ingram, 2016).

Cecilia Dalborg, çalışmasında İsveç' te kadınların kurmuş oldukları yada başına geçmiş oldukları organizasyonların yaşam döngüsünü incelemek ve kadınlara ait işletmelerin sayısını arttırmak amaç edinilmektedir. İşletmelerin 3 yıllık süreçte faaliyet gösterdikleri alanlarda ilk olarak nasıl faaliyete geçtikleri ve ne kadar büyüdüklerini göstermeyi hedefleyen bir çalışma yürütülmüştür. Araştırma neticesinde kadınların kurmuş oldukları veya dolaylı olarak başına geçtikleri şirketlerin büyümelerinin sebepleri olarak kişisel hırsları, çevrenin motive edici desteği ve ekonomik rahatlık olması göze çarpmaktadır. Özellikle devlet politikalarınca artan destekler bu büyüme hareketinde önemli rolünün olduğu vurgulanmaktadır (Dalborg, 2015).

Johanna Nahlinder, Malin Tillmar ve Caroline Wigren, araştırmalarında yenilikçi girişimcilik faaliyetlerinde cinsiyet eşitliğini ortaya çıkarmaya yönelik çalışmalar yapmışlardır. İki cinsiyetin inovatif düşünme konusunda birbirinden farksız olduğunu göstermeye çalışarak erkeklerin düşüncelerinin daha akılcı olacağı önyargısını ortadan kaldırmak hedeflenmektedir. Araştırma sonucunda kadınların erkeklere oranla daha az yenilikçi olduğunu göstermeye çalışılmasıdır. Bunun sebebi olarak toplumsal önyargılar ve araştırma geliştirme departmanlarında çalışan personellerinin genelinin erkeklerden oluşmasıdır. İnovatif şirketlerde bu yüzden daha çok erkekler tarafından yönetildiği göz önünde tutulmaktadır. Bu sebeplerle erkeklere inovasyon konusunda toplum tarafından kadınlara göre daha fazla

güvenilmektedir olgusu yaratılmıştır ve araştırmada sonuç kadın girişimciliğinin önünde en büyük problem olarak cam-tavan sorunu ortaya çıkmıştır (Nahlinder vd., 2015).

Stephanie Chasserio, Philippe Pailot ve Corinne Poroli, yürütülen çalışmada Fransız kadın girişimcilerin çoklu kimlik sorunundan dolayı girişimcilik faaliyetlerinde erkeklerden bir adım geride kalmasının sebepleri araştırılmaktadır. Kadınların bu çoklu kimlik çatışmasından nasıl çıkabileceği ve toplum tarafından bu kimlik ayrımının nasıl giderilebileceği konusunda araştırma yapılmıştır. Araştırmanın neticesinde kadınların girişimcilik faaliyetlerinde başarılı olabileceğine değinilerek buna sebep olarak kadınların toplumda birçok statüye sahip olduğu ve bunların hepsini idare etmeye çalıştığı vurgulanmaktadır. Kadınların kişisel ve sosyal hayatlarının birbirinin içine geçtiği ve iş hayatının da bu karmaşada zarar gördüğü görülmektedir. Kadın girişimcilerin fark edilmeye ihtiyaç duyduğu ve toplumsal anlamda destek istedikleri görülmüştür. Kadınların hükümetin yapıcı politikaların hepsinden haberdar olmadıkları ve bu konuda daha çok destek bekledikleri vurgulanmıştır (Chasserio vd., 2014).

Harshana Kasseeah ve Verena Tandrayen-Ragoobur, yürüttükleri çalışmada Mauritius'ta kadın girişimcilerin özellikleri analiz edilmek amaç edinilmiştir. Kayıt dışı sektörlerde kadın girişimcilerin faaliyetleri araştırmak ve kayıt dışı girişimcilik faaliyeti gösteren kadınların ekonomiye olan katkılarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırma sonucunda ülkede kayıt dışı birçok kadının girişimcilik faaliyeti gösterdiği belirlenmiş ve birçoğunun serbest meslekte başarılı olduğu kanısına varılmıştır. Araştırmanın bir diğer sonucunda ise kadınların kazançlarının ne kadar düşük olduğu görülse de birçoğunun girişimcilik faaliyetlerinden vazgeçmediği görülmekte ve buna sebep olarakta aile ekonomisine katkı sağlamak için bu mücadelenin içinde bulunduğu vurgulanmıştır (Kasseeah ve Tandrayen-Ragoobur, 2014).

Rincy V. Mathew ve N. Panchanatham, çalışmalarında maç olarak Güney Hindistan'da girişimci kadınların iş- yaşam dengesini ve kadınlara sağlanan sosyal destekleri araştırmak hedeflenmiştir. Araştırma neticesinde 2000'li yıllardan itibaren fark edilen kadın girişimciliği ülkede, kadınlara daha fazla destek olunulması

gerektiğini ortaya koymuştur. Bu duruma sebep olarak kadınlara özellikle verilen sosyal desteğin ekonomik anlamda geri dönüşleri olduğuna rastlanmıştır. Bu sebeple 2000'li yıllardan itibaren sivil toplum kuruluşları ülke genelinde çoğalmıştır. Sivil toplum kuruluşlarının artmasıyla ülkedeki kadınlar arasında önemli ağlar oluşmuş, eğitim seviyesindeki artış ile birlikte ekonomik fayda ortaya çıktığı görülmüştür (Mathew ve Panchanatham, 2011).

Tatiana S. Manolova, Ivan M. Manev, Nancy M. Carter ve Bojıdar S. Gyoshev, çalışmalarında amaç olarak Bulgaristan'da erkek ve kadınalar arasında girişimcilik faaliyetlerinde dış finansal kaynak kullanımının ve sağlanımının etkileri ve iki cinsiyet arasındaki finansal desteklere ulaşmanın kolay ve zor yönleri incelenmektedir. Araştırma neticesinde ülke geçiş ekonomisine sahip olduğu için dış finansal kaynaklara ulaşmada kadınların ufakta olsa sorunlar yaşadığı görülmüştür. Bu duruma sebep olarak ise kadınlar arası iletişim ağlarının erkeklere göre daha zayıf olmasından kaynaklandığı belirtilmiştir. Bir diğer sebep ise kadınların erkeklere göre eğitim seviyelerinin daha düşük seviyede olduğu saptanmıştır (Manolova vd., 2006).

Fernanda Llussa, çalışmasında kadın girişimcilerin yeni sektörlere ve yeni sosyal ağlara katılımını güçlendirmeyi amaçlamıştır. Yapılan bu çalışmada aynı zamanda kadın girişimciliğin erkek girişimciliğe göre daha üst seviyede olan yaş faktörünü biraz daha aşağı indirmek için çalışmaların olabileceğine değinmiştir. Araştırmanın sonucu olarak ise 46 ülke genelinde yapılan bu çalışmanın erkeklere oranla kadınların girişimlerde bulunma yaşı daha yüksek olduğu belirlenmiş ve kadınların sosyal ağlara ulaşımının daha zor olduğu belirtilmiştir. Devlet tarafından geliştirilen politikaların bu soruna çare üretmesi gerektiği vurgulanmıştır. Girişimcilik faaliyetlerinin cinsiyete göre farklılıklar gösterdiği kanıtlanmıştır. Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla başarısızlıktan korkma nedenlerinden dolayı daha az atılımlar yaptığı belirlenmiştir. Bunun sebebi kadınların sosyal ağlara erişiminin daha kısıtlı olmasından kaynaklı olduğu belirtilmektedir (Llussa, 2010).

Hılka Pelizza Vier Machado, Sebastiago Gazola, Joiceli Dos Santos Fabricio ve Miguel Eduardo Moren Anez, çalışmalarında kadın girişimcilerin işletme kurmak yolunda kendi içlerinde ve çevreden kaynaklı karşılaştığı sorunların

araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmada temel amaç olarak kadınlar ve erkekler arasında işletme kurarken oluşan farklılıklar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırma neticesinde kadınlarla erkeklerin arasındaki iş kurma süreç farklılıkları sektörlere göre değişiklik göstermektedir. Kadınların erkeklere göre kredi almada daha çok zorluk çektiği belirtilmiştir. Finansal kaynaklara erişimde toplumsal ağların üzerinde durulmuş ve kadınların toplumsal ağlarının zayıf olduğu görülmüştür. Kadınların finansal problemlerin üstesinden gelmede daha kırılgan oldukları ve bu sebeple erkeklere oranla daha az girişimcilik faaliyetinde bulunduğu saptanmıştır (Machado vd., 2015).

Manuela Pardo-del-Val, çalışmasında amaç olarak İspanya'da kadın girişimciliğini destekleyen devlet oganlarının varlığının kadınlar tarafından bilinmesini sağlamak ve çalışmada aynı zamanda kadınların girişimcilik yönünde attığı adımların uzun vadeli olması yönünde devlet tarafından verilen finansal desteklerin artmasına yönelik çalışmaların yapılması gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Araştırma neticesinde ülke içinde diğer ülkelere göre kadınlara daha az destek verildiği ortaya konulmuş. Özellikle ABD, Kanada ve İskandinav ülkeleri örnek alınarak ülke içindeki politikalara eleştiriler getirilmiştir. Fakat bu desteklerin zamanla çoğalacağı kanısına varılmıştır. Kadın girişimciliğine eğitim desteğinin öncelikle verilmesi gerektiği ve devamı olarak motivasyonlarını arttırıcı olarak finansal fonlamanın kullanılması gerektiği kanısına varılmıştır (Pardo-del-Val, 2008).

Abdullah Al Mamun, Rajennd A.L Muniady, P. Yukthamarani Permarupa, Noor Raihani Binti Zainol, Noorshella Binti Che Nawi ve C. A. Malarvizhi, yürüttükleri çalışmada Malezya'da sosyal sermayenin küçük çaplı kadın girişimcilere olan etkisini araştırmak ve aynı zamanda gelişen sosyo-kültürel çevre ile kadın girişimciliğinin farkındalığını ortaya koymak için yapılmıştır. Çalışma sonunda sosyal sermayenin varlığının kadınların gelirlerinde artışlara neden olduğu görülmektedir. Kadın girişimciliğinin artışıyla birlikte ekonomik anlamda aile ekonomisinde önemli katkıların olduğu saptanmıştır ve bu durumunda ülke ekonomisine pozitif olarak yansıdığı görülmüştür (Al Mamun vd., 2016).

Muhammad S Kaabir, Mirjana Radovic-Markovic, Monjurul Islam, Rahima Akther, Radmila Grozdanic, Zorana Nikitovic, çalışmalarında Bangladeş'te kırsal alanda zorlu geçim şartları içinde kadın girişimciliğinin varlığını tanımlamak üzere yapılmıştır. Çalışma sonunda eğitim ve öğretimin sosyal sermaye üzerinde pozitif yönde etkili olduğu görülmüştür. Sosyal sermayenin de girişimcilik üzerindeki etkisi sebebiyle bölge halkının eğitim seviyesinin yükseltilmesi konusunda bir görüşe varılmıştır. Eğitim seviyesinin yükselmesiyle kadınların daha iyi şartlar altında girişimcilik faaliyet hareketlerine yöneleceği belirtilmiştir (S Kaabir vd., 2014).

2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİK TİPLERİ

Kadın girişimciliğini çeşitlendirirken 4 temel kavramın etkisinin olduğu görülmektedir. Bu kavramlar kadın girişimcilerin cinsiyet rolüne olan bağlılıkları ve işletmekte oldukları kuruluş ile cinsiyet rollerinin bağdaşması olarak kadın girişimciliğinde birincil çeşitlendirme olarak görülebilir. İkincil olarak kadınların davranışlarının girişimcilik kavramını farklı bir yöne götürmesine etki ettiği ve kadınların girişimcilik faaliyetleri içinde bulunmaya başlamasıyla toplumlar içinde ekonomik değişimlerin belirgin hale gelmesi olarak görülebilir. Üçüncü olarak belirtilen kadın girişimciliği çeşidinde ise kadının işletme sahibi olup olmamasına göre ayrıldığı görülmektedir. Son olarak ise girişimin bir süreç olduğu göz önüne alındığında, kadın girişimcinin girişim yapısına ne zaman dahil olduğu ve bu dahiliyet ile girişimin hangi boyutta gelişim gösterdiği ile açıklanabilir (Goffee ve Scase, 1992).

2.2.1. GELENEKSEL KADIN GİRİŞİMCİ TİPİ

İş-aile dengesini korumaya çalışan girişimci tipidir. Genellikle iş hayatlarında çok fazla başarılı olmayı hedeflemezler. Bu tip kadın girişimciler, aile kurmadan önce çalışma hayatlarındaki mesleklerini aile kurduktan sonra aile ekonomisine katkı sağlamak amacıyla sürdürürler. Örneğin; kuaför salonu, ev yemekleri lokantası, butik otel işletmeciliği gibi. Bu tip kadın girişimcilerin riski sevmedikleri aşikardır. Riski sevmemelerinin sebebi ise ailesini koruma içgüdüsü ve ileriki nesillere kendisinden bir hatıra bırakma düşüncesidir (Goffee ve Scase, 1992).

2.2.2. EVCİMEN KADIN GİRİŞİMCİ TİPİ

Geleneksel cinsiyet rolünü çalışma hayatının üstünde tutan ve her ne koşulda olursa olsun iş-aile dengesinde hiçbir zaman iş odaklı olmayan sadece boş vakitleri değerlendirmek için çalışan girişimci tipidir. Hayatı boyunca sadece ailesine ekonomik yardım etmek amacıyla kısa vadeli pratik işler üzerine yoğunlaşılır. Örnek olarak; El sanatları işçiliği, terzilik ve temizlik işleri gibi. Bu tip girişimciliğe daha çok kadınların cinsiyet rolüyle kazandıkları ve el becerileriyle geliştirdikleri yeteneklerinden doğan işler de denebilir (Goffee ve Scase, 1992).

2.2.3. YENİLİKÇİ KADIN GİRİŞİMCİ TİPİ

Cinsiyet rolünden uzaklaşarak çalışma hayatında karşı cinsleriyle aynı işi yapabileceklerini gösteren kadın girişimcilik tipi olarak adlandırılmaktadır. Bu tip girişimcilik tipi daha çok eğitim hayatındaki eşitliği yaşanmaya başlamasıyla doğmuştur. Eğitim alanındaki gelişmeler erkek ve kadınları eşit şartlarda iş hayatında bulunabilir olduğunu ortaya çıkarmıştır. Örnek olarak; finans, eğitim, güvenlik, sanayi, turizm, gibi ekonomiyi ayakta tutan sektörlerdir. Kadınların bu sektörlerde faaliyet göstermesi ve zamanla girişimci kadınların bu sektörler içinde varlığını kanıtlayarak büyümeleri eğitimli birçok kadına ilham vermektedir. Nitekim günümüze gelindiğinde kadınların erkeklere oranla birçok sektörde daha çok işe alım için arandığı görülmektedir (Goffee ve Scase, 1992).

2.2.4. FEMİNİST KADIN GİRİŞİMCİ TİPİ

Kadınların iş hayatında maruz kaldığı kötü koşullara şahit olmuş veya kulaktan kulağa yayılan koşulları değiştirmek amaçlı iş-aile dengesini göz ardı ederek hemcinslerinin korunması ve gelişmesine yönelik çalışan kadınlardır. Bu tip girişimcilik faaliyetleri daha çok sosyal değerler üzerine inşa edilmiş işlerdir. Örnek olarak dernek faaliyetleri, yazarlık, gazetecilik gibi. Fakat sadece bu örneklerle kalmayarak iletişim araçlarının gelişmesi ve teknolojinin artmasıyla kadınlar kendi aralarında bir ağ oluşturmaya başlamışlardır. Bu sayede birbirlerini daha iyi tanıyarak küçük ortaklıklara imza atmaktadırlar. Bunlara örnek olarak ise küçük

imalat atölyeleri, pazarcılık faaliyetleri, seracılık ve organizasyon işleri gibi (Goffee ve Scase, 1992).

2.3. KADINLARI GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN FAKTÖRLER

Kadınları girişimci olmaya yönelten faktörler itici faktörler ve çekici faktörler olarak iki başlık altında toplanmaktadır. Bu durumun iki ayrı faktöre ayrılmasının sebebi ise ilk olarak kadınların belirli bir yapıdan kurtulmak istemelerine sebep olan itici faktörlerdir. Çekici faktörler olarak bilinen durum ise kadınların kendi arzularını gerçekleştirmek isteğiyle yola çıktıkları durumu anlatmaktadır.

2.3.1. İTİCİ FAKTÖRLER

Kadınları girişimciliğe iten faktörler; işsiz kalma korkusu, iş yerinden memnun olmama, cam-tavan sendromu ve çalışma saatlerinin esnek olmayışı olarak dörde ayrılabilir. Bu dört faktör kadınları girişimciliğe iten en belirgin faktörlerdir. Fakat itici faktörlerin arasında bu dört faktörden başka birçok faktör de dahil olabilir. Özellikle kadınların iş yerlerinde zayıf kişilik olarak görülmesi onları işten her an çıkartılacakmış duygusuna düşürebilir. Bununla birlikte kadınlar bulunduğu iş yerine tam anlamıyla ayak uyduramamış olabilmektedirler ve onların bu uyumuna yardım eden olmayabilmektedir. Bir diğer problem ise kadınların iş yerlerinde yükselmesine engel durumların oluşması ve sırf kadın oldukları için kendilerine olan güven duygusunun gelişmemiş olması olabilmektedir. Son olarak ise kadınların cinsiyet temelli annelik duygusundan dolayı belirli dönemlerde belirli boş vakitlere ihtiyaç duydukları aşikardır. Bu durumlarda kadınlara yönelik şirket içinde esnek zamanların olmayışı kadınları girişimciliğe yönelten faktörler arasında bulunmaktadır (Özyılmaz, 2016; 42-44).

2.3.2. ÇEKİCİ FAKTÖRLER

Kadınları girişimciliğe çeken faktörler 5' e ayrılmaktadır. Bu faktörler öncelikle kadınların kendini gerçekleştirme isteğiyle başlamaktadır. Kadınların kendini gerçekleştirme isteği daha çok maddi varlık bakımından üst düzeyde olan

kadınların girişimcilik faaliyetleri ile belirli bir statüye sahip olma isteklerinden meydana gelmektedir. Bir başka faktör olarak kadınların içinde bulundukları girişimcilik güdüsüdür. Bu güdü kadınların Ticari faaliyetler içinde yer alarak maddi kazanç elde etmek istemesi ve aynı zamanda kendi ayakları üstünde durabileceğini kanıtlamak istemesiyle ortaya çıkmaktadır. Bir başka faktör ise kadınların zengin olmak istemesidir. Dördüncü olarakta kadınlarınların sosyal statüye sahip olma isteği gelmektedir. Beşinci ve son çekici faktör ise kadınların karşı cinslerine karşı güç elde etme isteğidir. Bu durum kadınların iş hayatında egemen olan erkek hegemonyası karşısında kadının varlığını göstermek olarak ortaya çıkmıştır (Cici, 2013; 80-83)

2.4. CİNSİYEDE DAYALI BAKIŞ AÇISI

2.4.1. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLİĞİ ARASINDAKİ FARKLAR

Kadın girişimcilerin ve erkek girişimcilerin çalışma hayatında birbirinden çok farklı özellikleri olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin cinsiyet temelli bakış açıları en büyük farkı ortaya koymaktadır. Erkek girişimciler ise baskın karakteristik özellikleri ve geçmişten gelen başarıya ve kazanmaya mecbur olma düşünceleri, kadın ile erkek arasındaki farkları oluşturmuştur. Kadın girişimciler ile erkek girişimciler arasında özellikle özgüven, bağımsız hareket etme, içsel kontrol ve belirsizliklere karşı pozitif hareket yönünden farklılıklar bulunmaktadır. Kadın girişimciler bu farklarda erkeklere göre daha kırılgan yapıda olduğu görülmektedir. Fakat kadın girişimcilerin risk, kararlılık, vizyon, yenilikçilik ve liderlik gibi konularda erkek girişimcilerle aynı özellikler taşıdığı da görülmektedir (Uluköy ve Demireli, 2014).

TABLO 4: KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLER ARASINDAKİ FARKLAR

Özellikler	**Erkek Girişimciler**	**Kadın girişimciler**
Motivasyon	• İşin tamamlanmasıyla elde edilen başarı • Bağımsız hareket etme	• Amacın gerçekleştirillmesinden ötürü sağlanan başarı • İşi tek başına yapmaktan

	• Kontrolün kendisinde olmasıyla sağlanan iş tatmini	kaynaklanan bağımsızlık
Hareket Noktası	• Mevcut işin tatmin etmemesi • Eğitim ile yeni iş fikirlerinin ortaya çıkması • İşten çıkarılma veya ayrılma • Bir şeyler elde etme isteği	• İş yerinde kaynaklanan huzursuzluk • Çalıştığı mevcut iş ile ilgili başkalarının fark edemediği fırsatları fark etme
Fon Kaynakları	• Kişisel varlık veya birikimler • Banka ve yatırımcılar • Arkadaşlardan ve ya aileden alınan borçlar	• Kişisel varlık veya birikimler • Banka • Aileden alınan borçlar
Mesleki Geçmiş	• Ücretli iş deneyimi • Tanınmış bir kişi yada alanında uzman kişi	• İş alanında deneyim sahibi • Alanında orta düzey yöneticilik • Hizmet sektöründe iş geçmişi
Kişisel Özellikler	• İkna edici • Sonuç odaklı • Yenilikçi • Aşırı özgüvenli • Şevkli ve enerjiklik • Kendi kendinin patronu	• Esneklilik ve toleranslılık • Sonuç odaklılık • Yaratıcılık ve gerçekçilik • Orta düzeyde özgüven sahibi • Şevkli ve enerjiklik • Sosyal ve ekonomik

	olma özelliği	çevreyle uğraşabilme yeteneğine sahip olmak
Özgeçmiş	• 25-35 yaş aralığında işletme kurma • Babasının iş sahibi olması • İşletmecilik veya mühendislik alanında üniversite mezunu olmak • Ailenin ilk çocuğu unvanına sahip olmak	• 35-45 yaş aralığında olmak • Babasının iş sahibi olması • Sanatsal alanlardan üniversite mezunu olmak • Ailenin ilk çocuğu olmak
Destek Grupları	• Arkadaşlar, avukat ve muhasebeciler • Mesleki arkadaşlar • Eş	• Yakın çevre • Eş • Aile • Profesyonel kadın grupları • Ticari birlikler
Kurdukları İlk İş Türü	• Üretim • İnşaat	• Hizmet sektörü (Eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler

2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Kadın girişimciliğini etkileyen 5 önemli faktör aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

- Aile
- Eğitim

- Sosyal çevre
- Politik Çevre
- Ekonomik Çevre

Fakat bu sıralamadaki tüm maddeler birbirlerini etkilemektedir. Kadın girişimciliğini etkileyen aile faktörünü eğitim düzeyi ile ilişkisi bulunmaktadır. Bu durumda olduğu gibi kadının eğitimi ile kadının sosyal çevresi ilişkilidir. Kadının sosyal çevresi ile de kadının politik ve ekonomik çevresi ilişkilidir.

2.6. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE FİNANSAL DESTEKLER VE DESTEK ORGANLARI

2.6.1. QNB FİNANSBANK KADIN GİRİŞİMCİLERE DESTEK KREDİSİ

QNB Finansbank kadın girişimciler için kendi işletmelerini kurmak ve kadınların kurmuş oldukları işletmelerini büyütmek için kadınlara özel sermaye desteğinde bulunmaktadır. bu desteğin verilmeye başladığı 2015 yılından 2017 yılına kadar yaklaşık 2000 kadının faydalandığı ve ileriki yıllarda bu destekten daha fazla kadının faydalanarak ekonomik hayatın içinde kadının söz sahibi olması beklentisinde çalışmalar yürütülmektedir.

QNB Finansbank kadınlara sağladığı bu katkıyı Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası'ndan aldığı 50 milyon Euro tutarındaki kaynak ile gerçekleştirmektedir. Bu banka kadın girişimcilere bu krediyi teminat şartı beklemeden vermektedir. Bu sayede kadınların iş hayatına finansbak kredisi ile girmek için herhangi bir teminat göstermeleri gerekmemektedir. QNB Finansbank, kadın girişimcilere verdiği bu krediyi 36 aya varan vadeler ile ödeme seçenekleri sunmaktadır. (https://www.qnbfinansbank.com/krediler/kobi/kadin-girisimci-destek-kredisi.aspx)

2.6.2. VAKIFBANK KADIN GİRİŞİMCİLERE KREDİ DESTEK PAKETİ

Vakıfbank, kadın girişimcilere işletmelerini kurmak ve işletmelerini büyütmek amacıyla kadınlara düşük faizli kredi imkanları sunmaktadır. Vakıfbank bu uygulamaya 2014 yılında Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası'ndan fon temin ederek başlamıştır. Vakıfbank Kadın girişimcileri desteklemek amacıyla verilen krediyi 84 aya kadar vedelendiirmektedir. Vakıfbank bu kredi olanağını sağlarken Krediden faydalanmak isteyen işletmelerin 250 kişiden az olacak şekilde tam zamanlı personel çalıştırıyor olması, şirketin yıllık gelirinin 50 milyon Euro'yu geçmemesi veya bilanço büyüklüğünün 43 milyon eurodan az olması ve Türkiye sınırları içerisinde faaliyet gösteriyor olması gibi şartlar aramaktadır (http://www.vakifbank.com.tr/ebrd-kadin-girisimciye-destek-paketi.aspx?pageID=1253).

2.6.3. TEB'DEN KADIN PATRONLARA ÖZEL KREDİLER

Türkiye Ekonomi Bankası, kadınların finansman problemlerini çözmek ve finansmana olan ihtiyaçlarını karşılamak maksadı ile kredi garanti fonu ile işbirliği yürüterek KOBİ veya işletme sahibi kadınlara %90 kredi garanti fonu kefaleti ile iki buçuk milyon (2500000) liraya kadar kredi imkanı sunmaktadır. Bu kredi portföy garanti sistemi ile kullandırılmaktadır. Bu kredilerin işletme kredisi olması durumunda kredi vadesi asgari 6 ay olmaktadır. Ana para ödemesiz dönemi en fazla 1 yıl olmak üzere toplamda 5 yıldır. Kredinin Yatırım kredisi olması durumunda ise vade asgari 6 ay, anapara ödemesiz dönemi en fazla 3 yıl olmak üzere azami 10 yıldır. Eğer kredi Spot Kredi şeklinde ise azami 12 ay vadeli kullandırım da yapılabilmektedir. Asgari yılda bir defa faiz tahsilatı yapılmalıdır.

Bu krediden yararlanmak için banka belirli şartlar aramaktadır. Bu şartlar arasında KOBİ vasfına haiz gerçek veya tüzel kişi olunması, işletmenin kuruluş tarihi itibariyle faaliyet dönemi 2 yılı geçmemiş olması, kefalet mektubu talep tarihi itibariyle Vergi/SGK borcunun olmaması, SGK ve Vergi dairesine borcun olması durumunda ise kullandırılacak kredinin %20'sini aşmaması gereklidir. Aynı zamanda krediyi kullanacak kişinin 55 yaş sınırını aşmamış olması ve en az ilkokul mezunu

olması şartları aranmaktadır (https://www.teb.com.tr/kadin-patronum/kgf-kadin-patron-destek-kredisi/).

Bu şartlara bakıldığında Türkiye Ekonomi Bankası' nın ekonominin canlanması ve aynı zamanda bu canlanan ekonominin içinde kadınların güçlenmesine yönelik ciddi çalışmaları görülmektedir.

2.6.4. İŞ BANKASI'NDAN KADIN GİRİŞİMCİ KREDİSİ

İş bankası kadınların ekonomiye katılımını sağlamak ve ekonomi içinde varlığını devam ettiren kadın girişimcileri desteklemek için Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası' ndan sağladığı fon ile kadınların işletmelerine finansman ve aynı zamanda danışmanlık desteği programı kapsamında kadın girişimcileri uygun faiz ve ödeme kolaylıkları ile kredi imkanı sunmaktadır. İş Bankası bu krediyi verirken kadın girişimcilerden belirli şartlara uymasını beklemektedir. Bu şartlar ise, kadınların sahip olduğu işletmelerin 250 çalışandan daha az çalışanının olaması ve yıllık cirosunun 50 milyon Euro'yu geçmemesi veya bilanço büyüklüğünün 43 Milyon Euro yu geçmemesidir (https://www.isbank.com.tr/TR/kobi/krediler/nakdi-krediler/kadin-girisimci-kredisi/Sayfalar/kadin-girisimci-kredisi.aspx).

2.6.5. GARANTİ BANKASI'NDAN ALTIN TEMİNATLI KREDİ

Birikimlerini altın olarak değerlendiren kadınların garanti bankasına biriktirdikleri altınları teslim etme koşulu ile ticari kredilere ulaşımın kolaylıkları belirtilmektedir. Teminat olarak görülen bu altın takası sayesinde kadınların uygun faiz ve uygu vade koşulları sağlanmaktadır. Özellikle bankanın 60 aya kadar vadeli çekilen ticari kredilerde kadınlara oldukça cüzi miktarlarda faiz işlettikleri belirtilmektedir
(https://www.garanti.com.tr/tr/kobi/krediler/kadin_girisimcilere_altin_teminatli_kredi.page).

2.6.6. ZİRAAT BANKASIN'DAN KADIN GİRİŞİMCİLERE ÖZEL DESTEK

Ziraat Bankası, kadınların ticari hayatta güçlenmesi ve ekonomik anlamda kadınların söz sahibeliğini arttırmaları için birçok destek paketi oluşturmuştur.

Hazine Destekli Kredi Garanti Fonu (KGF) kefalet desteği ile cazip faizli kredi kullanma fırsatı sağlayan ziraat bankası, nakit kredilerde 60 aya varan vade seçeneği, iş yeri alımlarında ise 96 aya varan vade tercihleriyle destek sağlıyor. Kadın Girişimci Destek Paketi adı altında sağlanan destekle kadın girişimciler, Kredi tahsis masrafında %50 indirimden yararlanabilirken bankacılık hizmet ve ürünlerini ücretsiz kullanabilmektedir (https://www.ziraatbank.com.tr/tr/Kobi/Krediler/Pages/KadinGirisimciDestekPaketi.aspx).

2.6.7. KADIN GİRİŞİMCİLERE ÖZEL DENİZBANK'TAN KREDİ

Denizbank 36 aya varan geri ödeme seçenekleriyle 80 bin TL'ye kadar kadın girişimcilere kredi desteği sağlamaktadır. Bu sayede kadın girişimcilerin işletme sermayesi ihtiyaçlarını karşılanmaktadır. Diğer yandan mevcut işletmelerini büyütmek isteyen girişimciler de bu krediden faydalanabilmektedir. Bu krediden yararlanan kadın girişimcilere işlerine en uygun bankacılık ürün ve hizmet tarifesi seçmelerine de imkan sağlanıyor. Ayrıca bu bankada kadınlara girişimci olsun olmasın bankadaki tüm ürünlerde ayrıcalık yapılmaktadır (https://www.denizbank.com/bankacilik/kobi-bankaciligi/kobi-paketleri-ve-islem-tarifeleri/kadin-girisimciler/kadin-girisimcilerimizin-her-adimlarinda-yanlarindayiz.aspx).

2.6.8. YAPIKREDİ KADIN GİRİŞİMCİ KREDİSİ

Yapıkredi, 3 aya kadar ödemesiz, ayda bir ödemeli, 3 ayda bir ödemeli veya 6 ayda bir ödemeli seçeneklerle 36 ay vadeyle kadın girişimcilere kredi imkanları sunmaktadır. YapıKredi tarafından verilecek kredi için herhangi bir üst sınır bulunmuyor. Krediden yararlanmak isteyen girişimcilerin kısa ve orta vadeli işletme sermayesi ihtiyacı karşılandığı gibi aynı zamanda kredi dosya masraflarında da %50 indirim yapılmaktadır (https://www.yapikredikobi.com.tr/kobi-kredileri/kadin-girisimci-kredisi).

2.6.9. KOSGEB

KOSGEB' in kadınlara yönelik vermiş olduğu net bir fon yoktur. Fakat KOSGEB kadınlara işletmelerini kurmaları dahilinde yeni girişimci desteği adı altında erkeklere verdiği destekten %20 oranında fazla katkı sağlamaktadır. KOSGEB bu desteği uygulamalı girişimcilik eğitimi adı altında bir eğitim uygulaması ile sunmaktadır. KOSGEB bir anlamda destek faaliyetlerine aracılık etmektedir.

KOSGEB diğer destek organlarına göre verdiği desteği hibe olarak vermektedir. Bu destek dahilinde girişimcilere işletme kuruluş giderleri olarak 2000 TL azami rakam belirlemiştir. Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat, Ofis Donanım ve Yazılım Desteği kapsamında, işletmenin kuruluş tarihinden itibaren 24 (yirmi dört) ay içinde satın alınan/alınacak makine, teçhizat, yazılım ve ofis donanımları için geri ödemesiz olarak üst limiti 18.000 (onsekiz bin) TL destek sağlanır. İşletme Giderleri Desteği kapsamında, işletmenin kuruluş tarihinden itibaren 24 (yirmi dört) ay içinde gerçekleşen işyeri kirası ve personel net ücretlerine yönelik olarak, aylık azami 5000 TL ve toplamda geri ödemesiz olarak 30.000 (otuz bin) TL destek sağlanır. Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat, Yazılım ve Ofis Donanım Desteği ile İşletme Giderleri Desteği üst limitleri; bu destek unsurları için belirlenen üst limitlerin toplamını aşmamak üzere ihtiyaç duyulması halinde Kurul Kararı ile % 50 (elli)'ye kadar arttırılabilir. Bu durumda Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat, Yazılım ve Ofis Donanım Desteğinin üst limiti 27.000 (yirmiyedibin) TL, İşletme Giderleri Desteği üst limiti 45.000 (kırkbeş bin) TL ve her iki desteğin üst limitleri toplamı ise 48.000 (kırksekiz bin) TL'yi geçemez. Sabit Yatırım Desteği kapsamında, işletme kuruluş tarihinden itibaren 24 (yirmi dört) ay içinde satın alınan/alınacak makine, teçhizat ve yazılım için teminat karşılığı geri ödemeli olarak 100.000 (yüz bin) TL destek sağlanır (http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1231/girisimcilik-destek-programi).

Verilen bu destekler ülke genelinde 6 bölgeye ayrılmaktadır. 1. ve 2. bölgelere desteğin %60 ı uygulanırken yine bu bölgedeki kadın girişimciler bu

desteğin %80 uygulanmaktadır. 3. 4. 5. ve 6. bölgelere ise bu desteğin %70 i uygulanırken kadınlara bu desteğin %90 ı uygulanmaktadır.

2.6.10. TÜRKİYE GRAMEEN MİKROFİNANS PROGRAMI

Mikrofinans programı, kişi veya kuruluşlardan sağlanan bağışlar ve İl Özel İdaresi Kanunu çerçevesinde sağlanan fonlarla oluşturulmaktadır. Kaynağın önemli bir kısmı ise bağışçılardan gelmektedir. Her yeni bağış, yeni bir/birçok kadına destek anlamına gelmektedir. Bazı şubelere, hem işletme hem de Mikrofinans olarak verilecek finansmanın tamamını sağlayan bağışçıların adı verilmektedir (http://www.tgmp.net).

Bu program ile Türkiye genelinde kadınların küçük girişimcilik faaliyetlerinde bulunarak aile ekonomilerine katkı vermeleri beklenmektedir. Programdan destek almak için kadınlardan belirli bir şart beklenmemektedir. Kadınların destek almak için sadece bulundukları illerde başvuru merkezlerinde giderek projelerini anlatmaları beklenmektedir. Oluşturulan kurullar bu projeleri dinlemekte ve gerekli görüldüğü takdirde kadınların gerçekleştireceği projelere gerekli destekleri vermektedir. Fakat programın bağışlar ile yürütülmesinden dolayı yüksek çaplı kredilerin olmadığı görülmektedir. Özellikle kadınların projeleri onaylandıktan sonra kendilerine verilen ilk kredi miktarı 1000 TL 'yi aşmamaktadır.

III: BÖLÜM:

KADIN GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL DESTEK FARKINDALIĞINA İLİŞKİN EDİRNE İLİ ARAŞTIRMASI

3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Türkiye'de 1934 yılından itibaren finansal anlamda kendi ayakları üzerinde duran bireyler yetiştirmek ve ülke halkının gelir düzeyini arttırmak amacıyla girişimci kişilere birçok destek imkanı sağlanmaktadır. Özellikle 1980'li yıllarda bu desteklerin oldukça arttığı gözlemlenmektedir. 1990 yılında ise devletin girişimci kişilerin desteklenmesi için KOSGEB adı altında bir birim kurmasıyla girişimcilerin devletten aldıkları destekler tam anlamıyla kayıtlar altına alınabilmiş aynı zamanda desteğe ihtiyacı olan ve olmayan kişiler ayırt edilerek verilen desteklerin kaydı tutulabilmiştir.

2000' li yıllardan itibaren ise kadınların girişimcilik faaliyetlerine daha fazla girmesi gerektiği vurgulanarak kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları için cinsiyet ayrımı yapılarak kadınlara özgü destek türleri çıkarılmaya başlanmıştır. Bu sebeple bu çalışmada Edirne ilinde kadın girişimcilerin bu desteklerden nasıl ve ne kadar faydalandığının, kadınların finansal fonlardan ne seviyede haberdar olduğunun araştırılması temel edinilmiştir. Bu amaç haricinde çalışmanın yürütülmesinde 3 amaç daha mevcuttur. Bunlar;

- Geçmişte yapılan kadın girişimciliğinde yapılan çalışmaların incelenerek geleceğe katkı sağlamak.
- Kadın girişimcilerin finansal sorunlarını ortaya çıkarmak.
- Kadın girişimcileri finansal destekler konusunda bilinçlendirmek

3.1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Kadınların aktif olarak ekonominin içinde varlığını kanıtladığı ülkeler göz önüne alındığında ekonomik refahın yüksek olduğu görülmektedir. Ülkemizde de

son 10 yıllık süreçte özellikle kadınların ekonomik anlamda kalkınması önemli ekonomik hedefler arasına dahil edilmiştir. Bu önem doğrultusunda kadıngirişimcilere hem devlet tarafından hemde özel sektör tarafından tanınan ayrıcalıklar mevcuttur. Bu nedenle kadınların finansal fonlara ulaşması ekonomik hayatın önemli zorunlulukları arasına girmiştir. Hem devlet tarafından hem de özel sektör tarafından verilen bu desteklerin kadın girişimciler tarafından haberdar olunup olunulmadığı hemde haberdar olan kadınların bu verilen desteklere ulaşıp ulaşmadığının araştırılması önemli bir konu haline gelmiştir.

3.1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Kadın girişimcilerin, kamu ve özel sektör aracılığıyla finansal fonlara erişiminin farkındalığını belirlemek amacıyla nitel araştırmalardan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından önceden hazırlanan anket formu katılımcılara verilerek görüşlerini beyan etmeleri istenmiştir. Anket formu iki bölümden hazırlanmış olunup ilk bölümde katılımcıların iş yaşamına ilişkin bilgiler istenmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde ise katılımcıların finansal destek farkındalığını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anketler katılımcılarla yüz yüze yapılan görüşmeler neticesinde doldurulmuştur.

3.1.4. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırma, Edirne iline bağlı Edirne Ticaret ve Sanayi Odasına üyelikleri bulunan gerçek kişi ticari işletmelerine uygulanmıştır. Oda genelinde, anonim şirket, limited şirket, kollektif şirket, kooperatif ve gerçek kişi ticari işletmesi olarak toplamda 2643 üye barındırmaktadır. Yapılan bu çalışma gerçek kişi ticari işletmelerine yönelik olup toplamda 846 gerçek kişi ticari işletmesi bulunmaktadır. Bu 846 işletmenin 111 tanesi kadın işletmecidir. Fakat resmi kayıtta 111 işletmenin sahibinin kadın olarak gözükmesine rağmen 57 firmanın işletme sahibi olan kadının eş ve çocuklarınınişletmeyi fiili olarak işlettiği görülmüştür. Bu sebeple çalışmanın alan araştırması bölümünde toplamda 54 kadın girişimci bulunurken bu girişimcilerin 6 tanesine ulaşılamamış olunup araştırmanın örnekleminide kendilerine ulaşılabilinen 48 kadın girişimci oluşturmuştur.

3.1.5. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

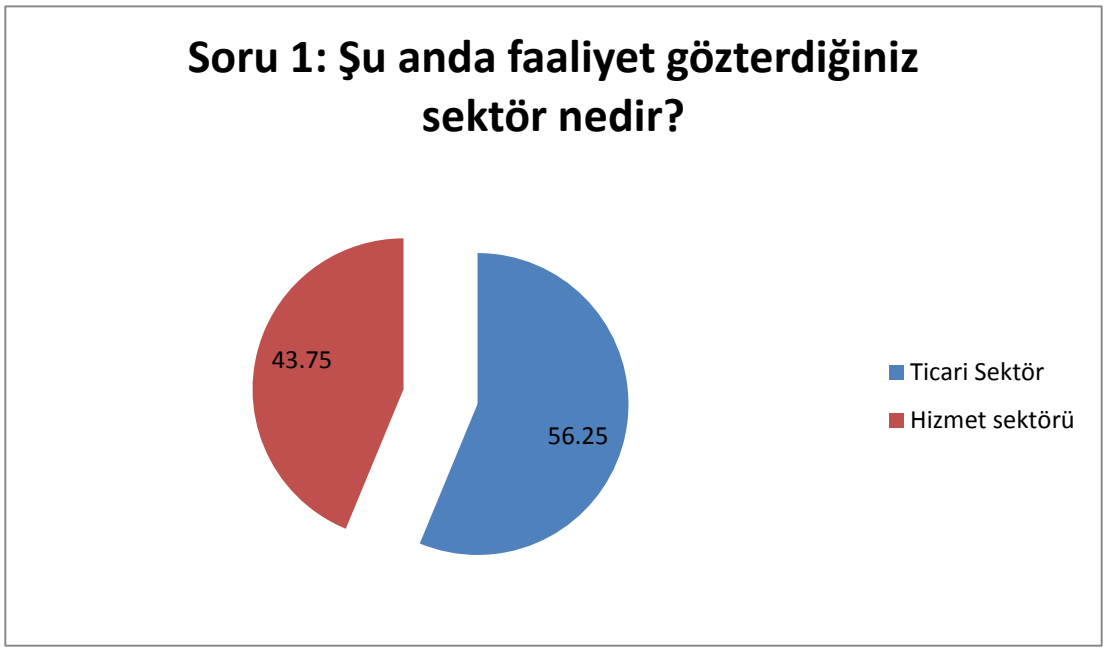
Yapılan görüşmelerde katılımcıların tamamen şahsi yanıtları dikkate alınmış olup, sosyal kabul görmeye yönelik verilen yanıtlar ile gerçek yanıtların ayırt edilebilmesi mümkün olmamıştır. Katılımcıların daha objektif ve doğru yanıtlar verebilmeleri açısından, anket üzerinde kişisel bilgilere yer verilmediği gibi, yapılan çalışmanın bilimsel bir çalışma olduğu ve elde edilen sonuçların tamamen bilimsel amaçlar için kullanılacağı da ifade edilmiştir. Benzer şekilde, katılımcıların görüş ve düşüncelerini etkileyebilecek herhangi bir müdahale veya davranışta da bulunulmamıştır. Bu nedenle verilen yanıtların doğruları daha çok yansıttığı düşünülmektedir.

Diğer yandan, çalışma evreninin belirlenmesinde kriter olarak yalnızca Edirne ilinde faaliyet gösteren gerçek kişi ticari işletmeleri hedef alındığından, bunu tüm Türkiye üzerinde genellemek de yeterince güvenilir olmayacaktır. Bu nedenle araştırma evreninin genişletilmesiyle paralel olarak, örneklem sayısının da artırılması daha yerinde olacaktır. Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda bu kısıtlamaların dikkate alınması daha güvenilir sonuçlar elde edilmesi açısından oldukça önemlidir.

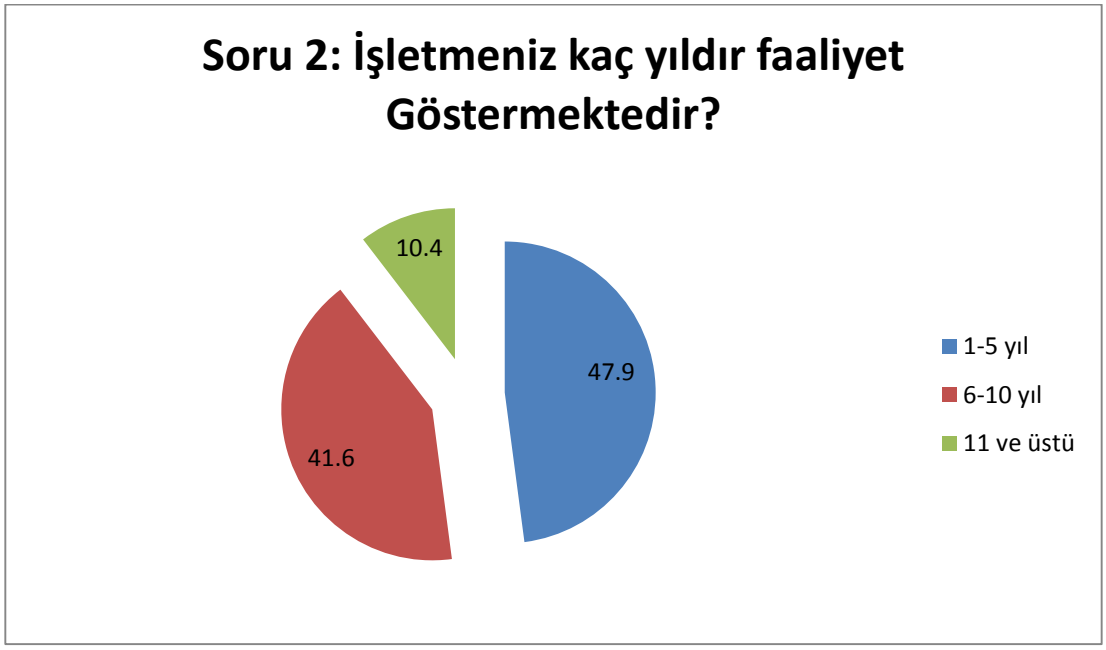
3.2. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Katılımcılara yöneltilen anket A ve B bölümü olarak iki bölüme ayrılmıştır. A bölümü katılımcıların iş yaşamına ilişkin bilgileri gösterirken B bölümü ise katılımcıların finansal destek farkındalığı bilgilerini göstermektedir. A ve B bölümlerine ayrılan ankette A bölümünde yer alan sorular bu bölümde katılımcılar tarafından verilen yanıtlar neticesinde yüzdesel grafikler ve tablolar üzerinden analiz edilerek elde edilen bulgular maddeler halinde değerlendirilecektir. B bölümünde katılımcılara yöneltilen sorular ise katılımcıların verdiği yanıtlar ile birebir paylaşılarak finansal destek farkındalığına vurgu yapılarak yorumlanacaktır.

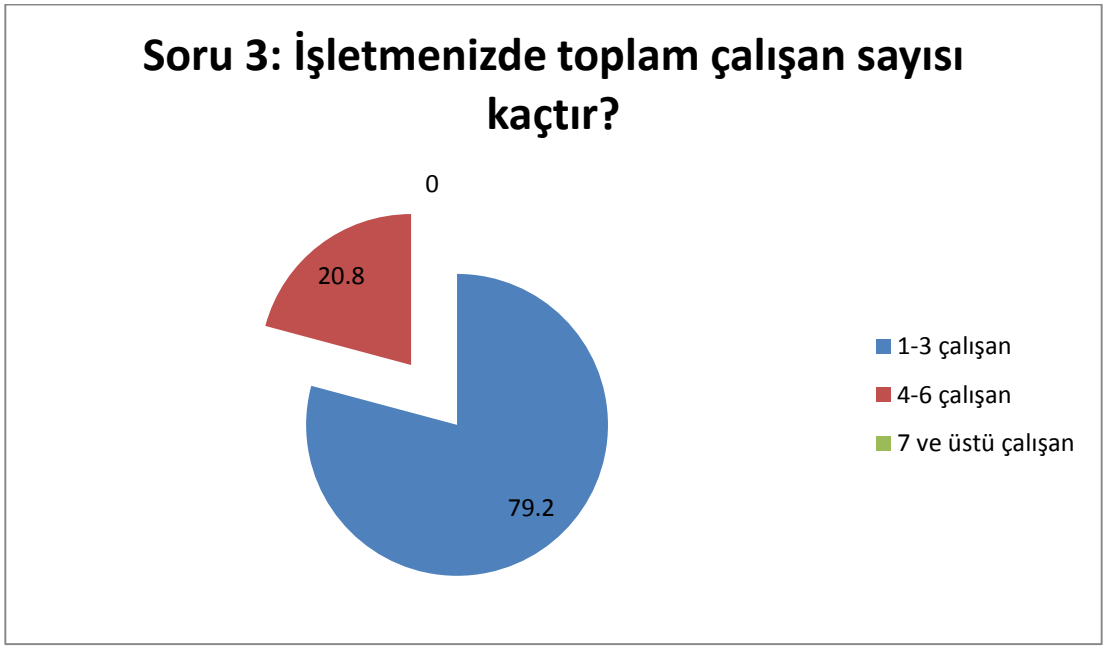
3.2.1. İŞ YAŞAMINA İLİŞKİN BİLGİLER



Katılımcılara ilk olarak hangi sektörde faaliyet gösterdikleri sorulmuştur. Yanıtlar neticesinde 48 katılımcıdan 27' si ticari sektörde bulunduklarını belirtmişlerdir. Ticari sektörde bulunan 27 kişinin meslekleri ise toptancılık, perakendecilik, tekstil, pazarlama, nakliye ve bilişim üzerinedir. Geri kalan 21 kişinin ise hizmet sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir. Hizmet sektöründeki 21 kişinin meslekleri ise restoran ve kafe işletmeciliği, güzellik salonu ve bayan kuaförü, moda tasarımı ve kuru temizleme üzerinedir. Bu bağlamda diğer sorulara yönelik yapılacak olan değerlendirmeler Edirne Ticaret ve Sanayi Odasına bağlı bu meslek mensuplarının vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda yapılacaktır.



Anket çalışmasına katılan 48 katılımcıya yöneltilen sahibi olduğunuz işletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir sorusuna katılımcılar tarafından tabloda gösterile 1-5 yıl aralığında, 6-10 yıl aralığında, 11 ve üstü diye cevap vermeleri beklenmiştir. Tabloda görüldüğü üzere katılımcıların %47.9 u işletmelerinin 1 ile 5 yıl arası faaliyette olduğunu, %41.6 sı 6 ve 10 yıl arası faaliyette olduğunu %10.4 ü ise 11 yıl ve üstü faaliyette olduğunu belirtmiştir.



Ankete çalışmasına karılan 48 katılımcıya yöneltilen işletmenizde toplam çalışan sayısı kaçtır sorusuna katılımcıların şekilde gösterildiği gibi 1-3 çalışan, 4-6 çalışan, 7 ve üstü çalışan olarak cevap vermeleri beklenmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda çalışan sayısının %79.2' lik oranla en çok 1-3 çalışan aralığında olduğu gözükmektedir. Sonrasında %20.8' lik oranla 4-6 çalışan olduğu görülmekte ve 7 ve üstü çalışanın olmadığı saptanmıştır. Bu durum işletmelerin büyüme eğiliminden çok ayakta durma eğilimleri olduğunu göstermektedir.



Ankete katılan 48 katılımcıya yöneltilen bu işletmeyi kurmadan önce başka bir girişimcilik faaliyetinde bulundunuzmu sorusuna %85.5 lik bir oranda katılımcı hayır daha önce çalışma hayatımda bir girişimim olmadı cevabını vermişlerdir. Katılımcıların %14.5' i ise daha önce bir girişimcilik faaliyetinin içinde bulunduklarını belirtmişler ve bu faaliyetlerin sonlanmasının sebebini ise finansal problemler olarak dile getirmişlerdir.

TABLO 5: KATILIMCILARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ

Girişimci olma nedenleri
1. Aile ihtiyaçlarını karşılamak için
2. Ekonomik bağımsızlık için
3. Mesleğimi yapmak için
4. İş yaşamına atılmak için
5. İdealimi gerçekleştirmek için
6. Sosyal ilişkiler için
7. Zamanımı değerlendirmek için
8. Diğer insanlara faydalı olmak için
9. Diğer nedenler

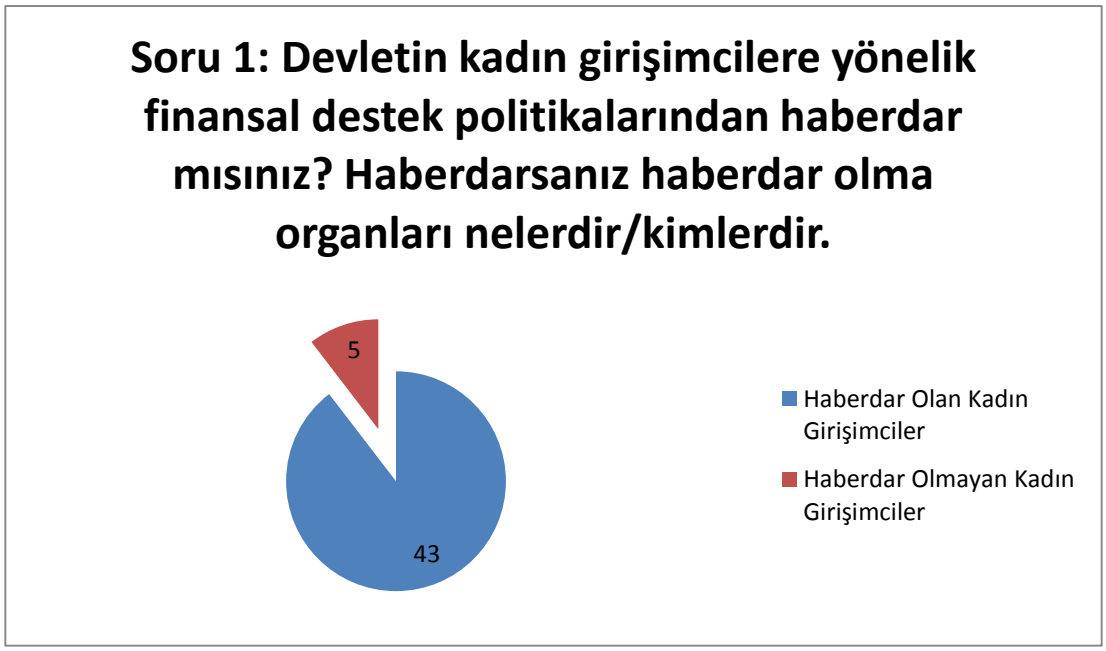
Anket çalışmasına katılan 48 katılımcıya yöneltilen girişimci olmanızda sizi etkileyen nedenler nelerdir sorusuna, katılımcıların % 62.5 lik bir bölümü aile ihtiyaçlarını karşılamak için cevabını vermişlerdir. Diğer nedenlere bakıldığında sırasıyla öne çıkan sonuçlar ikinci olarak ekonomik bağımsızlık, üçüncü olarak iş yaşamına atılmak, dördüncü olarak mesleğimi yapmak ve beşinci olarak ise idealimi gerçekleştirmek gelmektedir. Geri kalan nedenlerle katılımcıların girişimcilik faaliyetinde bulunurken ilgisi olmadığı görülmüştür.

3.2.2. FİNANSAL DESTEK FARKINDALIĞI

Bu bölümde kadın girişimcilere devletin ve özel sektörün, finansal anlamda verdiği desteklerin ne olduğu eğer destek alındıysa bunun nasıl faydalar sağladığı ve bu finansal desteklere ulaşımının nasıl olduğuna yönelik yapılan bu çalışmanın ikinci bölümü olan finansal destek farkındalığı bölümünde kadın girişimcilere 9 soru yöneltilmiştir. Yapılan görüşmelerde kadın girişimcilerin ses kayıtları alınmak istenmiş fakat kişiler bu duruma sıcak bakmamalarından ötürü görüşme önceden hazırlanan formlar üzerine kısa notlar alınarak devam etmiştir.

Görüşmelerde elde edilen verilerin analizi KG-1'den KG-48' e kadar numara verilerek katılımcıların ifadelerinin bir bölümü görüşmede olduğu gibi direk alıntılanarak her bir soru başlığı altında verilmiştir. Sorulan sorulara verilen yanıtlar

neticesinde düşünce ve kanaatler sonrasında ise yorum ve önerilere yer verilerek görüşmeler analiz edilmiştir.



Devletin kadın girişimcilere yönelik finansal destek politikalarından haberdar mısınız? Haberdarsanız haberdar olma organları nelerdir/kimlerdir sorusuna katılımcılar aşağıdaki gibi yanıtlar vermişlerdir.

KG-1: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve kendi araştırmalarımdır.

KG-2: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve yakın çevrem ve çalışanlarımdır.

KG-3: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım ailemdir.

KG-4: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevremdir.

KG-5: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım KOSGEB tarafından desteği almış arkadaşımdır.

KG-6: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım arkadaşlarım ve kitle iletişim araçlarıdır.

KG-7: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım ailem ve muhasebecimdir.

KG-8: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevrem ve ailemdir.

KG-9: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kendi araştırmalarım ve mesleki arkadaşlarımdır.

KG-10: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevrem ve ailemdir.

KG-11: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevrem ailem ve kitle iletişim araçlarıdır. Bunlara ek olarak banka çalışanlarıda haberdar olmamda etkilidir.

KG-12: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım ailem ve muhasebecimdir.

KG-13: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevrem ve ailemdir.

KG-14: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım aile ve çalışanlarımdır.

KG-15: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım arkadaşlarım ve kitle iletişim araçlarıdır.

KG-16: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-17: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve ailemdir.

KG-18: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım muhasebecimdir.

KG-19: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-20: Hayır haberim yok.

KG-21: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevrem, kitle iletişim araçları ve muhasebecimdir.

KG-22: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kayıtlı bulunduğum oda çalışanları ve kitle iletişim araçları.

KG-23: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-24: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevremdir.

KG-25: Hayır haberim yok.

KG-26: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-27: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-28: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve yakın çevremdir.

KG-29: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları, ailem ve yakın çevremdir.

KG-30: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve araştırmalarımdır.

KG-31: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevrem ve çalışma arkadaşlarımdır.

KG-32: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-33: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım KOSGEB yayınları, çevrem ve ailemdir.

KG-34: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve iş arkadaşlarımdır.

KG-35: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve yakın çevremdir.

KG-36: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve yakın çevremdir.

KG-37: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve yakın çevremdir.

KG-38: Hayır haberim yok.

KG-39: Hayır haberim yok.

KG-40: Hayır haberim yok.

KG-41: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-42: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve yakın çevremdir.

KG-43: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım arkadaşlarımdır.

KG-44: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kayıtlı olduğum oda yetkilileridir.

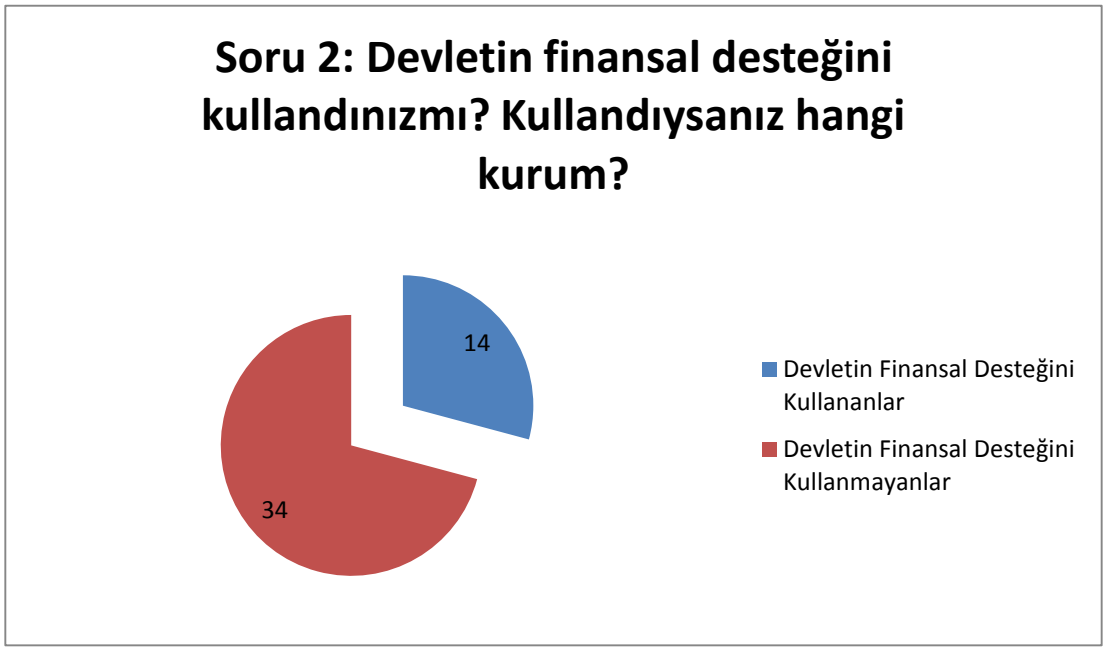
KG-45: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevrem ve muhasebecimdir

KG-46: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevremdir.

KG-47: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-48: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve muhasebecimdir.

Katılımcıların %10.4'ünün devletin kadın girişimcilere yönelik finansal destek politikalarından haberdar olmadığı görülmektedir. Geriye kalan %89.6 lık orandaki katılımcılar ise devletin kadın girişimcilere yönelik destek politikalarından haberdar olduğunu belirtmişlerdir. Bu sorunun içinde diğer bir soru olan haberdar olma organları kimlerdir nelerdir sorusuna ise, devletin kadın girişimcilere yönelik destek politikalarından haberdar olan kesim genellikle kitle iletişim araçları ve yakın çevre aracılığıyla haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Nihai olarak katılımcıların çok az da olsa haberdar olma organları olarak muhasebecileri ve aile bireylerini söyledikleri de görülmektedir.



Devletin finansal desteğini kullandınız mı? Kullandıysanız hangi kurum? Sorusuna katılımcılar aşağıdaki gibi yanıt vermişlerdir.

KG-1:Hayır kullanmadım.

KG-2: Hayır kullanmadım.

KG-3: Hayır kullanmadım.

KG-4: Hayır kullanmadım.

KG-5: Hayır kullanmadım.

KG-6: Hayır kullanmadım.

KG-7: Hayır kullanmadım.

KG-8: Hayır kullanmadım. Sebebi ise fazlasıyla prosedüre mağruz bırakılmam oldu. Bu sebepten dolayı kullanmaktan vaz geçtim.

KG-9: Evet kullandım. KOGEB kursuna katıldım ve kendi işletmemi kurdum

KG-10: Hayır kullanmadım. Başvuru yaptım ama şartlarım kabul olmadı.

KG-11: Evet kullandım. KOSGEB hibe desteği kullandım ve kendi işyerimi kurdum

KG-12: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım

KG-13: Evet kullandım. KOSGEB hibe desteği ile kendi işletmemi kurdum.

KG-14: Hayır kullanmadım. Çünkü sadece yeni işletme kuranlara bu desteğin verildiği konusunda bilgim var.

KG-15: Hayır kullanmadım. Çünkü faaliyette bulunduğum sektöre destek çıkmayacağını belirttiler.

KG-16: Hayır kullanmadım. Çünkü kullanmaya gerek duymadım.

KG-17: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım

KG-18: Hayır kullanmadım.

KG-19: Hayır kullanmadım.

KG-20: Hayır kullanmadım. Çünkü yeni şube açmak istedim fakat yetkili kişiler bunun için bir desteğin olmadığını belirttiler.

KG-21: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-22: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-23: Hayır kullanmadım.

KG-24: Hayır kullanmadım.

KG-25: Hayır kullanmadım.

KG-26: Hayır kullanmadım.

KG-27: Hayır kullanmadım.

KG-28: Hayır kullanmadım.

KG-29: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-30: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-31: Hayır kullanmadım.

KG-32: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-33: Hayır kullanmadım.

KG-34: Hayır kullanmadım.

KG-35: Hayır kullanmadım.

KG-36: Hayır kullanmadım.

KG-37: Evet kullandım. KOGGEB' in imkan sağladığı girişimcilik kursuna katıldım ve geri ödemesiz hibe desteği kullanarak işimi kurdum.

KG-38: Hayır kullanmadım.

KG-39: Hayır kullanmadım.

KG-40: Hayır kullanmadım.

KG-41: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-42: Hayır kullanmadım.

KG-43: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-44: Evet kullandım. KOSGEB kurumunun verdiği faizsiz geri ödemeli krediden yararlandım.

KG-45: Hayır kullanmadım.

KG-46: Hayır kullanmadım.

KG-47: Hayır kullanmadım.

KG-48: Hayır kullanmadım.

Katılımcıların %29.2'si devletin vermiş olduğu finansal desteği kullandığını belirtmişlerdir. Geriye kalan %70.8' lik oranda katılımcı ise devletin vermiş olduğu

finansal destekten faydalanamadıklarını belirtmişlerdir. Devletin finansal desteğinden yararlanan katılımcıların %29.6' sı firmalarını kurmak için bu destekten faydalandıklarını belirtmişlerdir. Destekten faydalanan %70.4' lük kesim ise geri ödemeli faizsiz krediden yararlandıklarını belirtmişlerdir. Devlet desteğinden yararlanan tüm kişiler bu desteği KOSGEB kurumunun sağladığını belirtmişlerdir. Destekten faydalanamayan %70.2' lik kesim ise destekten faydalanamadıkları için destek sağlayıcılar ile kendileri arasındaki iletişimin kopuk olduğunun vurgusunda bulunmuşlardır.

.



Özel sektörün kadın girişimcilere yönelik finansal destek politikalarından haberdar mısınız? Haberdarsanız haberdar olma organları nelerdir/kimlerdir sorusuna katılımcılar aşağıdaki gibi yanıtlar vermişlerdir.

KG-1: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve çalıştığım banka.

KG-2: Hayır haberim yok.

KG-3: Hayır haberim yok.

KG-4: Hayır haberim yok.

KG-5: Hayır haberim yok.

KG-6: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım eşim ve çalışma arkadaşlarım.

KG-7: Hayır haberim yok.

KG-8: Hayır haberim yok.

KG-9: Hayır haberim yok.

KG-10: Hayır haberim yok.

KG-11: Hayır haberim yok.

KG-12: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve muhasebecim.

KG-13: Hayır haberim yok.

KG-14: Hayır haberim yok.

KG-15: Hayır haberim yok.

KG-16: Hayır haberim yok.

KG-17: Hayır haberim yok.

KG-18: Hayır haberim yok.

KG-19: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve yakın çevremdir.

KG-20: Hayır haberim yok.

KG-21: Hayır haberim yok.

KG-22: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım çalıştığım banka ve sonra sında beni yönlendirmeleriyle kitle iletişim araçlarıdır.

KG-23: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım çalıştığım banka personeli ve muhasebecimdir.

KG-24: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-25: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım muhasebecim ve yakın çevremdir.

KG-26: Hayır haberim yok.

KG-27: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-28: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım öncelikle yakın çevrem ve sonrasında kitle iletişim araçları ile kendi araştırmalarım neticesinde banka personeli ile iletişime geçerek bilgi sahibi oldum.

KG-29: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım ise kitle iletişim araçları sayesinde araştırmalarım neticesinde bilgi sahibi oldum.

KG-30: Hayır haberim yok.

KG-31: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım arkadaşlarım ve ailemdir.

KG-32: Hayır haberim yok.

KG-33: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve kendi araştırmalarımdır.

KG-34: Hayır haberim yok.

KG-35: Hayır haberim yok.

KG-36: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım çalıştığım banka görevlileridir.

KG-37: Hayır haberim yok.

KG-38: Hayır haberim yok.

KG-39: Hayır haberim yok.

KG-40: Hayır haberim yok.

KG-41: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve muhasebecimdir.

KG-42: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve ailemdir.

KG-43:Evet haberim var. Haberdar olma organlarım mesleki arkadaşlarım ve çalıştığım banka görevlileridir.

KG-44: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçları ve çalıştığım banka görevlileridir.

KG-45: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım yakın çevremdir.

KG-46: Hayır haberim yok.

KG-47: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

KG-48: Evet haberim var. Haberdar olma organlarım kitle iletişim araçlarıdır.

Katılımcıların %39.6' lık kısmı özel sektörün kadın girişimcilere yönelik finansal destek politikalarından haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Geriye kalan %60.4' lük kesim ise özel sektörün kadın girişimcilere yönelik finansal destek politikalarından haberdar olmadıklarını belirtmişlerdir. Özel sektörün finansal destek

politikalarından haberdar olan kadın girişimciler haberdar olma organları olarak genellikle kitle iletişim araçlarının aracılık ettiğini belirtmişlerdir. Haberdar olan kadınların bir bölümü ise yakın çevrenin ve ailenin de haberdar olma konusunda etkili olduğunu belirtmişlerdir. Haberdar olan kadınların bir bölümü ise haber alma organları olarak muhasebecilerini ve banka çalışanlarını ifade etmişlerdir. Haberdar olmayan %60.4'lük kesim ise haberdar olmama sebepleri olarak yoğun çalışma temposu sebebiyle ilgilenemediklerini ve destek veren kuruluşlar ile kendileri arasındaki iletişim kopukluğunu ifade etmişlerdir.



Özel sektör finansal desteği kulandınız mı? Kullandıysanız hangi kurum sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlar aşağıdaki gibidir.

KG-1: Hayır kullanmadım.

KG-2: Hayır kullanmadım.

KG-3: Hayır kullanmadım.

KG-4: Hayır kullanmadım.

KG-5: Hayır kullanmadım.

KG-6: Hayır kullanmadım.

KG-7: Hayır kullanmadım.

KG-8: Hayır kullanmadım.

KG-9: Hayır kullanmadım.

KG-10: Hayır kullanmadım.

KG-11: Hayır kullanmadım.

KG-12: Hayır kullanmadım.

KG-13: Hayır kullanmadım.

KG-14: Hayır kullanmadım.

KG-15: Hayır kullanmadım.

KG-16: Hayır kullanmadım.

KG-17: Hayır kullanmadım.

KG-18: Hayır kullanmadım.

KG-19: Hayır kullanmadım.

KG-20: Hayır kullanmadım.

KG-21: Hayır kullanmadım.

KG-22: Hayır kullanmadım.

KG-23: Hayır kullanmadım.

KG-24: Hayır kullanmadım.

KG-25: Hayır kullanmadım.

KG-26: Hayır kullanmadım.

KG-27: Hayır kullanmadım.

KG-28: Hayır kullanmadım.

KG-29: Hayır kullanmadım.

KG-30: Hayır kullanmadım.

KG-31: Hayır kullanmadım.

KG-32: Hayır kullanmadım.

KG-33: Hayır kullanmadım.

KG-34: Hayır kullanmadım.

KG-35: Hayır kullanmadım.

KG-36: Hayır kullanmadım.

KG-37: Hayır kullanmadım.

KG-38: Hayır kullanmadım.

KG-39: Hayır kullanmadım.

KG-40: Hayır kullanmadım.

KG-41: Hayır kullanmadım.

KG-42: Hayır kullanmadım.

KG-43: Hayır kullanmadım.

KG-44: Hayır kullanmadım.

KG-45: Hayır kullanmadım.

KG-46: Hayır kullanmadım.

KG-47: Hayır kullanmadım.

KG-48: Hayır kullanmadım.

Katılımcıların tamamının özel sektörün verdiği kadın girişimcilere özgü finansal desteklerden faydalanmadığı görülmektedir. Bu konuda katılımcıların birçoğu hiçbir şekilde bu destekten haberdar olmadıklarını belirtmişlerdir. Eğer haberdar olmuş olsalardı bu destekten faydalanmak istediklerini belirtmişlerdir. Soru özelinde kadın girişimcilere yönelik özel sektörün verdiği finansal destek için finansal destek sağlayıcı kurumlara gidilerek kendilerinden bu konu için bilgi alınmak istenmiştir. Fakat destek sağlayıcı özel kuruluşlar bilgi vermeye sıcak bakmamıştır. Özel kurum çalışanlarına yöneltilen " Bu destek için sizlerle iletişime geçilmiyor mu?" sorusuna ise özel kurum çalışanlarının "İl genelinde daha şimdiye kadar bu konuyla bizlere başvuran hiçbir kadın olmadı" cevabının oldukça dikkat çekici olduğu görülmüştür. Katılımcıların Özel sektörün kadın girişimcilere özgü verdiği finansal desteklerden haberdar olmamasının en önemli sebebi ise katılımcılar tarafından ifade edilen iletişimin kopuk olmasından kaynaklanmaktadır.



Devletin verdiği finansal destekler sizin için yeterli midir? Sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlar aşağıdaki gibidir.

KG-1: Yeterli değil çünkü devlet finansal olarak yardım edeceğini belirtmesine rağmen girişimcileri fazlasıyla bürokratik işlemlere tabi tutuyor. Bu sebepten dolayı ben finansal destek almak için öncelikle finansal birçok harcama yapmam gerektiğini öğrendim. Benim önceliğim finansal rahatlık iken devlet beni öncesinde borca sokarak daha sonra desteği veriyor ve ben yine yükümlülük altına giriyorum.

KG-2: Yeterli olmadığını düşünüyorum. Ben devletin verdiği finansal desteklerden faydalanmak istedim fakat yaptığım işe bir katkısı olacağını düşünmedim. Devletin kadınlara özgü finansal desteğinin farkındayım fakat bu sadece belirli koşullarda gerçekleşmektedir. Eğer devlet bu konular ile ilgili danışmanlar aracılığıyla bizlere eğitimler verirse bizler eğitim alarak işleyişi daha iyi hale getirebiliriz.

KG-3: Yeterli değil çünkü bu konuyla alakalı bizlere net bilgi verilmiyor yada bizlerin anlamadığı dilde bilgi verilerek biz girişimcilerin anlamamamızı istiyorlar.

KG-4: Yeterli olmadığını düşünüyorum. Sebebi ise bürokratik engellerin çok oluşu.

KG-5: Kesinlikle yeterli değil çünkü bizlere destek olmaları için ya bizim işimize yaramayacak alanlara destek veriyorlar yada bizim kurulu düzenimizi değiştirerek başka alanlara kaymamızı istiyorlar.

KG-6: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-7: Net bir fikrim yok.

KG-8: Yeterli olmadığını düşünüyorum. Çünkü bu alanda çalışan kişilerin bilgili olmadığını düşünüyorum aynı şekilde biz işletmecilerinde bilgilendirilmediğini düşünüyorum. Belirli dönemlerde ve belirli zamanlarda ya oda toplantılarında yada televizyonlarda dile getirilen bu kalkınma hamlesi bürokratik engeller yüzünden sonucuna ulaşılamıyor ve bizlerde sadece haberdar olmuş oluyoruz. Konu ile ilgili yetkili kişilerin biz işletmecilere ulaşarak bizlerin daha fazla bilgilendirilmelerini bekliyoruz.

KG-9: Yeterli olduğunu düşünüyorum. Çünkü KOSGEB kurumundan aldığım destek sayesinde kendi firmamı kurdum ve şu an hem idealimi gerçekleştirdim hemde 2 kişiye istihdam yarattım.

KG-10: Yeterli olmadığını düşünüyorum çünkü bilgim dahilinde bu destekler sadece yeni girişimcilere veriliyor. Bence devlet girişimci kavramına sadece yeni işe başlayanlar olarak bakıyor.

KG-11: Yeterli olduğunu düşünüyorum.

KG-12: Desteği kullanmama rağmen yeterli olmadığını düşünüyorum. İş yerimi kurduğum zaman devletin verdiği destek kadar yakın çevreme borçlandım.

KG-13: Firmamı kurduğum zaman yeterli oldu fakat firmamı büyütmek için daha çok desteğe ihtiyacım var.

KG-14: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-15: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-16: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-17: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-18: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-19: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-20: Yeterli olmadığını düşünüyorum çünkü şu anda işletmesinin başında bulunduğum işletmeyi büyütmek ve yeni şube açmak istedim. Bu sebeple destek talebinde bulundum ve olumlu bir geri dönüş alamadım.

KG-21: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-22: Yeterli olmadığını düşünüyorum çünkü fazlasıyla bürokratik engelle karşılaşmaktayız.

KG-23: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-24: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-25: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-26: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-27: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-28: Yeterli olmadığını düşünüyorum sebebi ise firmamı büyütmek için daha farklı sektörlere girmek istedim fakat bir firmam olduğu için başka bir sektöre girmem dahilinde destek olunmayacağını söylediler.

KG-29: Yeterli olduğunu düşünüyorum. Devletin verdiği destek sayesinde kendi firmamın tüm borçlarını kapattım ve işlerimi yoluna koydum.

KG-30: Yeterli olmadığını düşünüyorum sebebi ise işletme faaliyetimiz gereğince işletme içi çok fazla harcama yaptık bu harcamanın bir çoğunu borçlanarak ödedim ve işletmemi açtıktan sonra 3 yıl boyunca borçlarımı ödemek için uğraştım.

KG-31: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-32: Yeterli olmadığını düşünüyorum fakat kendim destek aldığım için verilen desteğin de azımsanmayacak bir rakam olduğunu söyleyebilirim bu konuda çekimserim.

KG-33: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-34: Araştırmadığım ve başvuru yapmadığım için konu ile ilgili pek bilgim yok.

KG-35: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-36: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-37: Yeterli olmadığını düşünüyorum çünkü işimi dahada büyütmem için devletin organlarının daha fazla desteğine ihtiyacım var.

KG-38: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-39: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-40: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-41: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-42: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-43: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-44: Desteği kullanmama rağmen yeterli olmadığını ve bürokratik engellerin çok fazla olduğunu düşünüyorum.

KG-45: Yeterli olmadığını düşünüyorum çünkü desteği alabilmem için firmamı kapatıp bir yıl beklememi ve daha sonradan kursa gidip destek için tekrardan başvurmam gerektiğini söylediler.

KG-46: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-47: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-48: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

Katılımcıların verdiği yanıtlara bakıldığında devletin verdiği finansal desteğin büyük çoğunlukta yeterli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların %87.5'i devletin kadınlara özgü verdiği finansal desteği yeterli bulmuyorum ifadesinde bulunmuşlardır. Katılımcıların % 8.3'lük kesimi ise verilen desteğin yeterli olduğuna kanaat getirmiştir. Katılımcıların %4.2'lik kısmı ise fikri olmadığını beyan etmişlerdir.

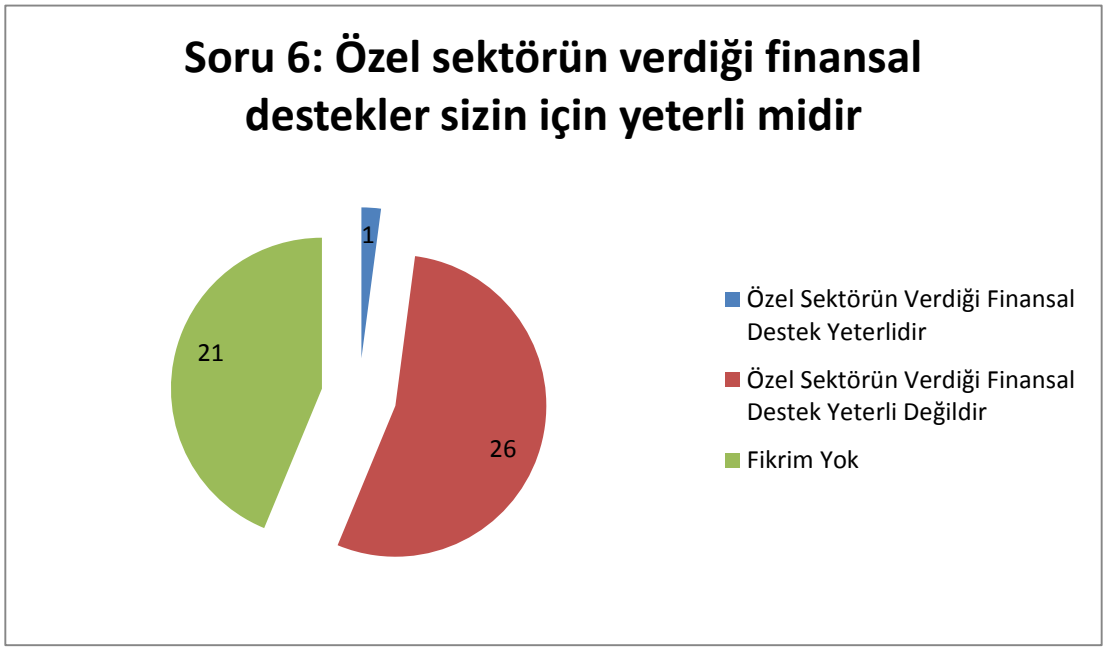
Devletin verdiği finansal desteği alan kişilerin de aralarında bulunduğu desteğin yeterli olmadığı görüşü büyük çoğunluktadır. Yeterli desteğin verilmediğini savunan kişilerin sebepleri arasında ise;

- Destek için başvurmalarına rağmen desteğin çıkmamış olması.
- Bürokratik engellerin fazlasıyla karşılarına çıkması ve desteği alabilmeleri için birçok prosedüre mağruz kalmaları
- Verilen desteğin kuruluş ve işleyiş aşamalarında yeterli olmuyor olması.
- Verilen desteğin girişimcinin harcama yaptıktan sonra kendisine verilmesi.
- Verilen desteğin firmaların büyütülmesine yönelik olmadığı ve sadece yeni girişimcilere verildiğinin bilgisinde olmaları.

- Verilen destekler hakkında ayrıntılı bilgilerinin olmadığı ve kendilerinin bu konuda bilgilendirilmediği.

Yukarıda belirtilen sebeplerden dolayı katılımcıların %87.5' lik bölümü devletin verdiği finansal desteklerin yeterli olmadığı görüşünde birleşmişlerdir.

Devletin verdiği finansal desteklerin yeterli olduğunu savunan kişiler ise desteğin yeterli olduğunun fakat daha da fazla olmasının kendileri açısından iyi olacaklarını söylemişlerdir.



Özel sektörün verdiği finansal destekler sizin için yeterli midir? sorusuna katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir.

KG-1: Bankaların yüksek faizle kredi verdiklerinden dolayı geri ödemelerde sorunyaşanıyor bu sebepten dolayı yeterli görmüyorum.

KG-2: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-3: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-4: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-5: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-6: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-7: Araştırmadığım için özel sektörün kadın girişimciliği desteği hakkında bilgi sahibi değilim.

KG-8: Ailem tavsiye etti fakat araştırma yapmadığım ve güvenmediğim için bilgim yok.

KG-9: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-10: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-11: Bu konuda bilgim yok.

KG-12: Yeterli olduğunu düşünüyorum fakat işletmelerin daha farklı problemleri olduğu için özel desteklerden haberdar olmadığı kanısındayım.

KG-13: Fikrim yok.

KG-14: Özel sektörün kadın girişimcilere desteği hakkında hiçbir şey duymadım.

KG-15: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-16: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-17: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-18: Bilgim yok.

KG-19: Güvenmediğim için araştırmadım.

KG-20: Bilgim yok.

KG-21: Bilgim yok.

KG-22: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-23: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-24: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-25: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-26: Bilgim yok.

KG-27: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-28: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-29: Bilgim olsaydı müracaatta bulunup kullanırdım.

KG-30: Bilgim yok.

KG-31: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-32: Bilgim yok.

KG-33: Özel sektörden kredi kullandım fakat işlerim iyi gitmediği için faydalı olmadı.

KG-34: Araştırmadığım için fikrim yok fakat bu konuyla ilgili bilgim olmuş olsaydı başvuru yapardım.

KG-35: Bilgim yok.

KG-36: Bilgim yok.

KG-37: Bilgim yok.

KG-38: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-39: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-40: Bilgim yok.

KG-41: Bilgim yok.

KG-42: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-43: Yeterli olmadığını düşünüyorum sebebi ise bu destekten acil durum dolayısıyla faydalandım fakat faizler beklediğimden daha fazlaydı, şu an geri ödemede güçlük çekiyorum.

KG-44: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-45: Bilgim yok.

KG-46: Bilgim yok.

KG-47: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

KG-48: Yeterli olmadığını düşünüyorum.

Katılımcıların %54.2 'si özel sektörün verdiği finansal desteklerin yeterli olmadığı kanaatindedir. Diğer bir yandan ise katılımcıları %43.8' i özel sektörün verdiği finansal desteklerin yeterliliği konusunda fikir sahibi olmadıklarını beyan etmişlerdir. Geriye kalan % 2' lik kısım ise özel sektörün verdiği finansal desteklerin yeterliliği görüşündedir. Desteklerin yeterli olmadığını savunan kişilerin özel sektörün girişimcilere yüksek faizli kredi vermelerinden dolayı yetersiz olduğunu düşünmektedir. Desteği yeterli olup olmadığı konusunda fikir sahibi olmayan kadınların ise konu özelinde bilgi sahibi olmadıklarından dolayı fikirlerinin olmadığını beyan etmişlerdir. Özel sektörün desteklerinin yeterliliğini savunan kişilerin ise destekten faydalanmadıkları fakat ihtiyaç duydukları anda faydalanmak için adım atacaklarını belirtmişlerdir.



Kadın girişimcilik için destek organlarının verdiği desteği yeterli buluyor musunuz? Sorusuna kadın girişimcilerin verdiği yanıtlar aşağıdaki gibidir.

KG-1: Yeterli olmadığını düşünüyorum sebebi ise kadın girişimciliğin önünü açmak için doğru çalışmaların yapılmadığını düşünüyorum.

KG-2: Destek organlarının finansal destekleri vermesini olumlu buluyorum fakat verilen desteklerden tüm kadın girişimcilerin haberdar olmasını isterim. Bunun için kadın girişimciler ile destek organları arasında iletişimin iyi olmasını tavsiye ediyorum.

KG-3: Yeterli bulmuyorum.

KG-4: Yeterli bulmuyorum.

KG-5: Yeterli olduğunu düşünüyorum. Hiçbir destek kullanmamama rağmen kitle iletişim araçları ve iş çevresinden dolayı sürekli bu konulardan haberdarım.

KG-6: Yeterli bulmuyorum.

KG-7: Yeterli çalışmaların olmadığını düşünüyorum. Bu destek girişiminin söylentilerle yayılması yeterli olmadığının kanıtıdır.

KG-8: Yeterli çalışmalar yapılmamakla birlikte biz kadınlara sadece eğitim vermeye çalışıyorlar fakat verilen eğitimler amacına ulaşmıyor. Bunun için daha ciddi anlamda kurullar kurulması gerektiğini düşünüyorum.

KG-9: Destek organları ve kadın girişimciler arasındaki iletişimsizlikten dolayı yeterli görmüyorum.

KG-10: Yeterli değiller. Yeterli olunabilmesi için bu konu özelinde birimler oluşturulmalıdır.

KG-11: Yeterli olduğunu düşünüyorum. Firmamı kurdum ve bu sayede ailemin ihtiyaçlarını karşılayabiliyorum.

KG-12: Faizsiz kredi kullandığım için borçlarımı kapattım fakat bu ayrıcalığı muhasebecim tarafından öğrendim ve bu kadın girişimciliğe özgü bir durum değil tamamen işletmelere özgü bir durum olduğunu belirtebilirim. Kadın girişimciliği için kurulların daha iyi çalışmasını istiyorum.

KG-13: Yeterli olmadığını düşünüyorum çünkü iletişimin olmadığı kanısındayım.

KG-14: Yeterli değiller.

KG-15: Yeterli değiller.

KG-16: Yeterli olmadığını düşünüyorum sebebi ise düzensiz olarak hareket edilmesi ve bir örgütün var olmayışıdır.

KG-17: Yeterli değiller.

KG-18: Yeterli değiller.

KG-19: Yeterli değiller.

KG-20: Bu desteklerin hepsinden yararlanmak istesemde karşıma sürekli bürokratik engeller çıktı. Bu sebepten dolayı yeterli olmadığı düşüncesindeyim

KG-21: Yeterli değiller.

KG-22: Yeterli bulmuyorum çünkü sadece günü geçiştirmeye çalışıyorlar. Gelecek ile ilgili plan yapmıyorlar.

KG-23: Fikrim yok.

KG-24: Tüm desteklerden haberdar olsamda kadın girişimci destek organlarının işleyişini beğenmiyorum.

KG-25: Yeterli değiller.

KG-26: Yeterli bulmuyorum sebebi ise yıllardır işlettiğim bu müesseseyi geliştirmek istememe rağmen destek olunmadı ve herşeyi benim tek başına yapmamı belirttiler.

KG-27: Fikrim yok.

KG-28: Destek organları ile ilgili ister devletin ister özel sektörün olsun biz işletmecilere bir danışman atanması gereklidir. Bu olmadığı için destek organlarını yeterli bulmuyorum.

KG-29: Yeterli buluyorum.

KG-30: Yeterli bulmuyorum çünkü iletişim eksikliği en büyük problemdir ve bunu hala hiçbir organ çözebilmiş değil.

KG-31: Fikrim yok.

KG-32: Yeterli görmüyorum sebebi ise finansal olarak ilk adımı girişimcilerin atmasını bekliyorlar. Bu sebepten dolayı birçok girişimci düşünce kaybolmaktadır.

KG-33: Yeterli bulmuyorum.

KG-34: Yeterli bulmuyorum çünkü iletişim ağları oldukça zayıf sadece belirli kitle iletişim araçları ve belli toplantılarla bu iletişimi sağlamaya çalışıyorlar. Bu iletişim çalışmalarının düzenli danışmanlar ve aracılar ile yapılması gerektiğini düşünüyorum.

KG-35: Yeterli buluyorum fakat destek organlarının daha düzenli ve halkın içinde olması gereklidir. Sadece kitle iletişim ağları ile reklam verilerek bu işin yürüyebileceğini düşünmüyorum.

KG-36: Yeterli bulmuyorum çünkü ben firmamı kurduktan sonra bana hiçbir firmamın kuruluşu ile ilgili hiçbir destek sağlayamayacaklarını belirttiler.

KG-37: Yeterli değiller.

KG-38: Yeterli değiller.

KG-39: Yeterli değiller.

KG-40: Yeterli değiller.

KG-41: Destek almama rağmen yeterli bulmuyorum çünkü destek organları ile girişimciler arasında iletişimin kopuk olduğunu düşünüyorum.

KG-42: Yeterli bulmuyorum.

KG-43: Yeterli buluyorum sebebi ise kitle iletişim araçları sayesinde araştırdığım desteği aldım ve şu an firmamın borcunu kapattım.

KG-44: Bürokratik engellerin çok olması sebebiyle yeterli bulmuyorum ve eğitimlerin çok az olduğunu düşünüyorum.

KG-45: Bilgi paylaşımının olmadığı için yeterli bulmuyorum. Birçok şeyi iş işten geçtikten sonra öğreniyoruz. Konu ile ilgili aracı kişilerin olması gerektiğini düşünüyorum.

KG-46: İletişim eksikliğinden dolayı yeterli görmüyorum.

KG-47:iletişim eksikliğinden dolayı ve prosedürlerin çok olmasından dolayı yeterli bulmuyorum.

KG-48: Yeterli bulmuyorum.

Katılımcıların %83.3' lük kısmı genel anlamda kadın girişimcilik için var olan destek organlarını yeterli bulmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %8.4' lük bölümü ise kadın girişimcilik için var olan destek organlarının yeterliliğini savunmuşlardır. Geriye kalan %6.3' lük kısım ise konu ile ilgili fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Destek organlarını yeterli görmeyen kişiler bu yeterli olmayışının sebepleri arasında genel olarak bürokratik engellerin fazla oluşu, iletişimin kopuk oluşu, eğitimli kişilerin konu ile ilgilenmedikleri ve kadınlar arasında kurulmasının istenmesine rağmen bir türlü hayata geçirilemeyen sıkı iletişim ağlarının kurulamayışını belirtmişlerdir. Destek organlarını yetersiz bulan kişilerin bir de kurul ve komitelerinin varlığının sadece kağıt üzerinde olduğuna dikkat çektiği görülmüştür.

SONUÇ

Girişimcilik kavramını tanım olarak 3 bölüme ayırmak mümkündür. Bu bölümler girişim, girişimci ve girişimcilik olarak karşımıza çıkabilir. Genel bir bakış açısıyla girişimcilik kavramı iktisadi anlamda bir kişi veya kurumun mal ve/veya hizmet üretmek ve bu üretim sonucunda kar elde etmesi anlamına gelmektedir.

Öncelikle girişim ve ya teşebbüs olarak adlandırılan bu kavram insanoğlunun varlığını kabul ettiği günden itibaren hayatını devam ettirebilmek için içinde bulunduğu bir yapıdır. Girişim faaliyetinde bulunan kişiler ise girişimciler olarak adlandırılmakla birlikte teşebbüs eden kimse olarak da veya genel anlamda işletmeci olarak da adlandırılmaktadır.

Girişimcilik kavramı iktisadın bir dalı olarak görülse de tarihsel açıdan bakıldığında 1980' li yıllardan itibaren akademik çalışmaların bizlere gösterdiği doğrultuda kendi adına bir kavram ve altında birçok kavram barındıran bir yapı haline gelmektedir. 2000' li yıllara gelindiğinde ise teknolojik çalışmaların artması, iletişimin gelişmesi, yenilikçi düşüncelerin varlıklarının daha çabuk saptanmasıyla birlikte girişimcilik kavramı tamamıyle bir meslek dalı olma yoluna girmiştir. Bu sayede belirli kurumlara ekonomik anlamda bağımlı olan kişilerin kendi özgürlüklerini kendi düşünceleriyle sağladıkları görülmektedir. Girişimcilik faaliyetleri ile belirli kişilerin ekonomik anlamda gelir elde etmeye başlamasıyla birlikte birçok yeni fikir ve düşünceye sahip kişilere öncelik edilmiştir.

Girişimcilik kavramı toplumsal açıdan da önemli bir kavramdır. Özellikle erkeğin ekonomik hayatın merkezinde olduğu ve kadınların ekonomik anlamda gelir elde etmelerine rağmen bunu kayıtlar altına alınmadığı için toplum içinde kadının ekonomik varlığı erkeklere göre daha geride kaldığı görülmektedir. Fakat 2000' li yıllardan itibaren erkek ve kadının eşit olarak ekonominin içinde varlığıyla finansal gelişimin daha hızlı olunacağı görüşü savunulmuştur. Ülkelerin Son 15 yıllık süreçte yaptığı kadın girişimcileri ortaya çıkarmak politikası ülkelerin ekonomilerinin hızla büyümelerine ve toplumsal refahın hızla artmasına sebep olduğu görülmektedir.

Yapılan araştırma neticesinde 2000' li yıllardan itibaren Asya, Avrupa ve Amerika kıtalarında kadın girişimcilik Faaliyetleri üzerinde araştırmalar yapılan çalışmalar incelenmiş ve kadın girişimciliğe yönelik oldukça fazla akademik çalışmanın yürütüldüğü görülmüştür. Bu çalışmaların genelinde kadın girişimciliğin önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik olduğu saptanmıştır. Yapılan çalışmaların özellikle Kuzey Avrupa olarak bilinen İskandinavya Adasında' ki ülkelerde kadın girişimciliği oldukça gelişmiş olduğu görülmektedir. Güney Doğu Asya bölgelerinde ise kadın girişimciliği varlığının net bir şekilde görüldüğü fakat bu kadın girişimcilerin hiçbir şekilde kayıtlar altında olmadığı için kadın girişimciliği varlığının reel anlamda çok az olduğu saptanmaktadır.

Bu çalışmayı Türkiye genelinde özel ve kamu kuruluşları kapsamında ele aldığımızda 2000' li yıllardan itibaren kadın girişimciliğine önem verildiği görülmektedir. Devlet kurumlarının ise 2007 yılından itibaren kadın girişimciliği ve istihdamına yönelik çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir. Devlet kurumlarının kadınları ekonomik hayatın içine yönlendirebilmek için kadın girişimciler için esnek politikalar yaptığı saptanmakta ve kadınları girişimcilik faaliyetinde bulunmaları halinde her girişimciye verilen desteklerden belli oranda daha fazla destek verdiği görülmektedir. Her ne kadar bu durumun tamamıyla kadın girişimciliğini kalkındırmaya yönelik çalışmalar temelinde olsa da birçok yönden eksik kalındığı görülmektedir. Yapılan bu çalışmada da bu eksik yönlerin saptanmasına yönelik bölgesel olarak Edirne ili baz alınmıştır.

Araştırma da öncelikle Edirne ilindeki tüm kadın girişimcilere ulaşılması planlanmıştır. Fakat yetkili kurumların bu konuda istatistiki bir veriye sahip olmaması ve yetkili kurumlara yapılan yazılı ve sözlü müracaatların sonuçsuz kalması sebebiyle sadece Edirne ilinde Edirne Ticaret ve Sanayi Odalarına kayıtlı kadın girişimcilere net olarak ulaşılmıştır . Ekonomik anlamda olmasa da akademik anlamda önemli kabul edilebilecek bu çalışma için yetkili kurumların bu konuda istatistiki verilerinin olmayışı ve olan bilgilerin de paylaşılmaması araştırmanın kısıtlanmasına sebep olmuştur.

Araştırmanın evreni Edirne ilinde Edirne Ticaret ve Sanayi Odaları Birliğine kayıtlı 2643 şirket içinden 846 gerçek kişi ticari işletmeleri kapsamında yürütülmüştür. 846 gerçek kişi ticari işletmesi arasında 111 gerçek kişi ticari işletmesinin kadınlara ait olduğu saptanmıştır. Fakat bu gerçek kişi ticari işletmelerinde 111 kadından sadece 54 kadının aktif olarak çalışma hayatında olduğu birebir görüşmeler neticesinde saptanmıştır. Geri kalan 57 işletme sahibi kadının ise işletmelerini eş veya çocuklarının yürüttüğü görülmüştür. Araştırma 54 kadın işletmeci tarafından yürütülmek istense de 6 kadın girişimciye ulaşılamaması ve kendilerinin çalışmaya katılmak istememesi sebebiyle 48 kadın girişimci arasında yapılmıştır.

Araştırmaya katılan girişimcilerin genel anlamda eğitim seviyelerinin düşük olduğu saptanmıştır. Bu sebepten dolayı işletmelerinin uzun vadeli planlanmadığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin birçoğu işletmelerini aile ihtiyaçlarını karşılamak için yürüttüğü görülmektedir. Kadın girişimcilerin beyanlarına göre en önemli ortak özellikleri arasında ekonomik anlamda cesur hareket etme isteklerinin olduğu saptanmıştır. Fakat bu cesaretin sonuçlarının kendileri ve ailelerini kötü etkileyebilecekleri düşüncesi yüzünden cesaretli düşüncelerini gerçeğe dönüştüremedikleri görülmüştür. Kadın girişimcilerin araştırmacı tarafından görüşme talebinde bulunulduğu anda birçoğunun çekimser hareket ettiği fark edilmiştir. Fakat görüşme esnasında kadın girişimciliğin ilerlemesine yönelik çalışma yapıldığının kendilerine açıklanmasından itibaren genel anlamda rahat hareket ettikleri gözden kaçmamıştır. Kadın girişimcilerle yapılan görüşmelerde kendilerini kadın girişimciliğe iten en önemli sebebin ailenin ihtiyaçlarını karşılamak olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmektedir. Bu durumunda kadınların çalışma hayatında kendi istedikleri işleri yapamadıkları sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Kadın girişimcilerle yapılan görüşmeler neticesinde genel anlamda destek organlarının iletişim eksikliğinden bir hayli fazla bahsetmeleri ve kurulların işleyişlerini beğenmemeleri ortak noktalar arasında yer almaktadır. Birkaç kadın girişimci ise bu konu özelinde danışmanlara ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir.

Kadın girişimcilerin özel sektörde var olan destek politikalarından genel olarak haberdar olmadıkları ortaya çıkmıştır. Kendileriyle yapılan görüşmelerde özellikle özel sektörün desteklerini duydukları anda ilkkez duyduklarını ifade etmişlerdir. Bu anlamda da özel sektörün iletişim faaliyetlerinin Edirne ilinde gerekli mercilere ulaşmadığı kanaatine varılabilinir.

Araştırmada önemli bir durum ise kadın girişimcilerin sahibi olduğu işletmelerinin son 10 yıllık süreçte faaliyete başladığı ve 2000 li yıllardan itibaren girişimcilik faaliyetlerine önem veren politikaların etkili olduğu görülmektedir.

Araştırmada varılan önemli sonuçlardan bir diğeri ise kadın girişimcilerin kadın girişimciliğinin artmasına yönelik kendi içlerinde ağlar oluşturma talepleridir. Kadın girişimciler, mesleki arkadaşlıklar kurarak birbirleri arasında fazlasıyla bilgi paylaşımında bulundukları görülmüştür.

Kadın girişimcilerin en önemli problemleri arasında toplum baskısı olduğu görüşmeler esnasında kendileri tarafından ifade edilmiştir. Kadınların birçoğunun yapacağı girişimin toplum tarafından nasıl bakılacağına yönelik kaygıları ifadeli arasında yer almaktadır.

ÖNERİLER

✓ Destek organlarının faal olarak çalışması ve kadın girişimcilere ulaşımın sağlanması amacıyla eğitim ve seminerlerin kadın girişimciler özelinde gerçekleştirilmesi.

✓ Destek sağlayıcıların kadın girişimcilerle iletişimi kitle iletişim araçlarının yanında girişimci kadınlarla birebir görüşmelerde bulunacak ve kadınların belirli dönemlerde işletme faaliyetlerini denetleyecek danışman niteliği taşıyan kişi ve kurumların oluşturulması.

✓ Kadın girişimciler arasında ekonomik anlamda iletişim ağlarının oluşturulması ile bilgi paylaşımının gerçekleştirilmesi.

✓ Kadın girişimcilerin kayıtlı bulundukları odalarda ve kurullarda verilen eğitimlerin daha sık organize edilmesi.

✓ İllerde bulunan üniversite ve dengi eğitim kurumlarının konu ile ilgili seminerler, paneller ve konferanslar düzenlenmesi ve bu tip organizasyonlara katılımın sağlanması.

✓ Kamu veya Özel destek sağlayıcıların belirli dönemlerde tanıtım ve reklam faaliyetleri için kadın girişimcilere yönelik toplantılar düzenlemesi ve bu toplantılar ile birlikte kadın girişimciliğini destekleyici yeni fikirlerin ortaya çıkarılmaya çalışılması.

✓ Yerel yönetimlerin kadın girişimciler özelinde belirli günler tayin etmeleri ve bu günlerde tanıtım toplantılarının organize edilmesi.

✓ Kamu veya özel destek sağlayıcı kurumların verilen finansal desteklerde bürokratik engellerin en aza indirilmeye çalışılması.

✓ Kamu veya Özel destek sağlayıcıların finansal desteklere ilişkin reklam ve broşürlerin hazırlanması ve bunların kadınlara ulaştırılması.

✓ Konu ile ilgili kadın girişimcilerin finansal ve yönetimsel anlamda kolaylıkla ulaşabileceği birimlerin oluşturulması ve bunların merkezileştirilmesi.

KAYNAKÇA

Achtenhagen, L., & Tillmar, M. (2013). Studies on women's entrepreneurship from Nordic countries and beyond. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 5(1), 4-16.

Adom, K., Adom, K., Asare-Yeboa, I. T., & Asare-Yeboa, I. T. (2016). An evaluation of human capital theory and female entrepreneurship in sub-Sahara Africa: Some evidence from Ghana. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(4), 402-423.

Ahmad, S. Z., & Muhammad Arif, A. M. (2015). Strengthening access to finance for women-owned SMEs in developing countries. Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal, 34(7), 634-639.

Aidis, R., Aidis, R., Weeks, J., & Weeks, J. (2016). Mapping the gendered ecosystem: The evolution of measurement tools for comparative high-impact female entrepreneur development. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(4), 330-352.

Akdemir, A. (2009). İşletmeciliğin Temel Bilgileri. Ekin Basım Yayın Dağıtım.

AKKAN, E., & SÜYGÜN, M. S. (2015). LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN ÖZYETERLİK ALGILARI ve BAŞARMA GÜDÜLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ1. ILO, 11, 12.

Al-Dajani, H., Bika, Z., Collins, L., & Swail, J. (2014). Gender and family business: new theoretical directions. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 6(3), 218-230.

Al Mamun, A., Rajennd, A., Muniady, L., Permarupa, P. Y., Zainol, N. R. B., Nawi, N. B. C., & Malarvizhi, C. A. (2016). Social capital and entrepreneurial

competencies: A study among women micro-entrepreneurs in Malaysia. The Journal of Developing Areas, 50(5), 363-370.

Amatucci, F. M., & Crawley, D. C. (2011). Financial self-efficacy among women entrepreneurs. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 3(1), 23-37.

Ameen, N. A., Ameen, N. A., Willis, R., & Willis, R. (2016). The use of mobile phones to support women's entrepreneurship in the Arab countries. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(4), 424-445.

ARPACI, İ. (2015). Eğitim Fakültesinde Verilen Girişimcilik Dersinin Öğretim Etkinliğinin Öğrenciler Tarafından Değerlendirilmesi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, (30), 138-154.

Babacan, M., Alkan, G.İ., Bozkurt, Ö.Ç., Bulut, Z.A., Eriş, E.D., Onaran, B. (2012). İlkeler ve İşlevlerle İşletme. Detay Yayıncılık

Başer, H., & Büber, R. (2012). İş kurma amacı olan adayların girişimcilik özelliklerinin ölçülmesi: Aydın İli'nde bir uygulama. Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4(1).

Bianchi, M., Bianchi, M., Parisi, V., Parisi, V., Salvatore, R., & Salvatore, R. (2016). Female entrepreneurs: motivations and constraints. An Italian regional study. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(3), 198-220.

Bogren, M., von Friedrichs, Y., Rennemo, Ø., & Widding, Ø. (2013). Networking women entrepreneurs: fruitful for business growth?. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 5(1), 60-77.

Bogren, M., & von Friedrichs, Y. (2016). Trust-building processes in women's entrepreneurship. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 10(1), 70-100.

Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi.

Bozkurt, Ö. Ç., & Alparslan, A. M. (2013). Girişimcilerde bulunması gereken özellikler ile girişimcilik eğitimi: girişimci ve öğrenci görüşleri.

Bögenhold, D., & Fachinger, U. (2016). Between need and innovative challenge: observations on female solo self-employment. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 10(1), 16-32.

Brennan, M. C., & McGowan, P. (2006). Academic entrepreneurship: An exploratory case study. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 12(3), 144-164.

Brush, C. G., De Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1(1), 8-24.

BULUT, Ç., AKTAN, B., YILMAZ, S., & FIŞ, A. M. (2008). KURUMSAL GIRIŞIMÇILIK: KAVRAMSAL YAPI ÜZERINE BIR TARTIŞMA. Journal of Yaşar University, 3(10), 1389-1416.

Bünyamin, E. R., Şahin, Y. E., & Mutlu, M. (2015). Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler. Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 1(1), 31-54.

Cabrera, E. M., Cabrera, E. M., Mauricio, D., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 9(1), 31-65.

Chasserio, S., Pailot, P., & Poroli, C. (2014). When entrepreneurial identity meets multiple social identities: Interplays and identity work of women entrepreneurs. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 20(2), 128-154.

Cici, E. N. (2013). Kadınların girişimcilik yolunda karşılaştıkları sorunların öz girişimcilik yetenekleri üzerindeki etkisi: Konya ilinde bir araştırma (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Clark Muntean, S., Clark Muntean, S., Ozkazanc-Pan, B., & Ozkazanc-Pan, B. (2016). Feminist perspectives on social entrepreneurship: critique and new directions. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(3), 221-241.

Conway Dato-on, M., Conway Dato-on, M., Kalakay, J., & Kalakay, J. (2016). The winding road of social entrepreneurship definitions: a systematic literature review. Social Enterprise Journal, 12(2), 131-160.

Costa, C., Costa, C., Breda, Z., Breda, Z., Bakas, F. E., Bakas, F. E., ... & Pinho, I. (2016). Through the gender looking-glass: Brazilian tourism entrepreneurs. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(3), 282-306.

Christopher Weber, P., & Geneste, L. (2014). Exploring gender-related perceptions of SME success. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 6(1), 15-27.

ÇAKICI, A. (2004). Kadın girişimcilerin işletme fonksiyonlarındaki etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(1).

Çetin, C., (2013). Temel işletmeciliğe giriş. Beta.

Çetin, F., & Basım, H. N. (2012). Örgütsel psikolojik sermaye: Bir ölçek uyarlama çalışması. Amme İdaresi Dergisi, 45(1), 121-137.

Dalborg, C. (2015). The life cycle in women-owned businesses: from a qualitative growth perspective. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 7(2), 126-147.

Day-Hookoomsing, P. (2002). Women and the New World Economy: an island's experience. Women in Management Review, 17(7), 308-317.

De Bruin, A., & Flint-Hartle, S. (2005). Entrepreneurial women and private capital: the New Zealand perspective. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 11(2), 108-128.

Dinler, D. (2003). Türkiye'de güçlü devlet geleneği tezinin eleştirisi. Praksis Dergisi, (9), 1.

Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition. International journal of entrepreneurial behavior & research, 16(4), 329-348.

Ekinsmyth, C. (2013). Managing the business of everyday life: the roles of space and place in "mumpreneurship". International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 19(5), 525-546.

Eriksson, P., Katila, S., & Niskanen, M. (2009). Gender and sources of finance in Finnish SMEs: a contextual view. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1(3), 176-191.

Ezzedeen, S. R., & Zikic, J. (2012). Entrepreneurial experiences of women in Canadian high technology. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 4(1), 44-64.

Forson, C. (2013). Contextualising migrant black business women's work-life balance experiences. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 19(5), 460-477.

Franck, A. K. (2012). Factors motivating women's informal micro-entrepreneurship: Experiences from Penang, Malaysia. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 4(1), 65-78.

Gabaldon, P., De Anca, C., & Galdón, C. (2015). Measures of success for self-employed mothers in Spain. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 21(1), 128-145.

Global Entrepreneur Monitor Turkey 2010 report, http://www.gemconsortium.org/about/news

Goffee, R., & Scase, R. (1992). Kadınlar iş başında. İstanbul: Eti kitapları.

Griffiths, M. D., Gundry, L. K., & Kickul, J. R. (2013). The socio-political, economic, and cultural determinants of social entrepreneurship activity: An empirical examination. *Journal of small business and enterprise Development*, *20*(2), 341-357.

Guo, X., Guo, X., Werner, J. M., & Werner, J. M. (2016). Gender, family and business: An empirical study of incorporated self-employed individuals in the US. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(4), 373-401.

Günay, G. Y., & Cin, H. (2013). Girişimcilerin girişimcilik tipleri ile duygusal zekâları arasındaki ilişki: Edirne örneği.

Güney, S. (2015). Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. Siyasal kitabevi.

Haftacı, V., (2013). İşletmecilik Bilgisi. Umuttepe Yayınları

Hancı, A. (2004). Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Hechavarria, D. M., Hechavarria, D. M., Ingram, A. E., & Ingram, A. E. (2016). The entrepreneurial gender divide: Hegemonic masculinity, emphasized femininity and organizational forms. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 8(3), 242-281.

Hodges, N., Watchravesringkan, K., Yurchisin, J., Karpova, E., Marcketti, S., Hegland, J., ... & Childs, M. (2015). Women and apparel entrepreneurship: An exploration of small business challenges and strategies in three countries. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 7(2), 191-213.

Hodgetts, R. M., Kuratko, D. F., & Kuratko, D. F. (1998). Effective small business management. Fort Worth: Dryden Press.

https://www.denizbank.com/bankacilik/kobi-bankaciligi/kobi-paketleri-ve-islem-tarifeleri/kadin-girisimciler/kadin-girisimcilerimizin-her-adimlarinda-yanlarindayiz.aspx

https://www.garanti.com.tr/tr/kobi/krediler/kadin_girisimcilere_altin_teminatli_kredi.page

https://www.isbank.com.tr/TR/kobi/krediler/nakdi-krediler/kadin-girisimci-kredisi/Sayfalar/kadin-girisimci-kredisi.aspx

http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1231/girisimcilik-destek-programi

https://www.qnbfinansbank.com/krediler/kobi/kadin-girisimci-destek-kredisi.aspx

http://www.sanayi.gov.tr/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=493ac1cc-1115-4eba-aa7b-771aee977189 Türkiye Girişimcilik Stratejisi Eylem Planı 2015-2018

https://www.teb.com.tr/kadin-patronum/kgf-kadin-patron-destek-kredisi/

http://teknokent.cukurova.edu.tr/tr/se%C3%A7kin/Giri%C5%9Fimcilik%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%20TASLAK%2017.05.2013.pdf Türkiye Girişimcilik Stratejisi Eylem Planı 2014-2016

http://www.tgmp.net

http://www.vakifbank.com.tr/ebrd-kadin-girisimciye-destek-paketi.aspx?pageID=1253

https://www.yapikredikobi.com.tr/kobi-kredileri/kadin-girisimci-kredisi

https://www.ziraatbank.com.tr/tr/Kobi/Krediler/Pages/KadinGirisimciDestekPaketi.aspx

Humbert, A. L., & Brindley, C. (2015). Challenging the concept of risk in relation to women's entrepreneurship. Gender in Management: An International Journal, 30(1), 2-25.

Iakovleva, T., Solesvik, M., & Trifilova, A. (2013). Financial availability and government support for women entrepreneurs in transitional economies: Cases of Russia and Ukraine. Journal of Small Business and Enterprise Development, 20(2), 314-340.

Kabir, M. S., Radovic-Markovic, M., Islam, M., Akther, R., Grozdanic, R., & Nikitovic, Z. (2014). Social capital in rural poor women entrepreneurship: The Case of Bangladesh. Journal of Advanced Research in Law and Economics, 5(1 (9)), 4.

Kasseeah, H., & Tandrayen-Ragoobur, V. (2014). Women in the informal sector in Mauritius: a survival mode. Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal, 33(8), 750-763.

Kaya, N., & Selçuk, S. (2007). Bireysel başarı güdüsü organizasyonel bağlılığı nasıl etkiler?.

Kirkwood, J. J. (2016). How women and men business owners perceive success. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 22(5), 594-615.

KOÇAK, S., & ÖZDEMİR, M. (2015). Öğretmen Adaylarının Okul Yöneticiliğine Yönelik Tutumları Üzerinde Sosyal Girişimciliğin Rolü. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 11(3).

Kungwansupaphan, C., Kungwansupaphan, C., Leihaothabam, J. K. S., & Leihaothabam, J. K. S. (2016). Capital factors and rural women entrepreneurship development: a perspective of Manipur State, India. Gender in Management: An International Journal, 31(3), 207-221.

Küçük, O. (2013). Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi. Seçkin Yayıncılık. 6. Baskı.

Kwong, C., Jones-Evans, D., & Thompson, P. (2012). Differences in perceptions of access to finance between potential male and female entrepreneurs: Evidence from the UK. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 18(1), 75-97.

Lee, S. Y., Florida, R., & Acs, Z. (2004). Creativity and entrepreneurship: a regional analysis of new firm formation. Regional studies, 38(8), 879-891.

Llussá, F. (2010). Determinants of entrepreneurship: are women different?.

L. Glover, J. (2014). Gender, power and succession in family farm business. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 6(3), 276-295.

Machado, H. P. V., Gazola, S., Fabricio, J. D. S., & Anez, M. E. M. (2016). Women Entrepreneurs: Reasons and Difficulties for Starting in Business. RAM. Revista de Administração Mackenzie, 17(3), 15-38.

Maden, C. (2015). A gendered lens on entrepreneurship: Women entrepreneurship in Turkey. Gender in Management: An International Journal, 30(4), 312-331.

Manolova, T. S., Manev, I. M., Carter, N. M., & Gyoshev, B. S. (2006). Breaking the family and friends' circle: Predictors of external financing usage among men and women entrepreneurs in a transitional economy. Venture capital, 8(02), 109-132.

Marangoz, M. (2016). Girişimcilik. Baskı 3. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Mathew, R. V., & Panchanatham, N. (2011). An exploratory study on the work-life balance of women entrepreneurs in South India. Asian academy of management journal, 16(2), 77-105.

Mody, M., Mody, M., Day, J., Day, J., Sydnor, S., Sydnor, S., ... & Jaffe, W. (2016). Examining the motivations for social entrepreneurship using Max Weber's typology of rationality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28*(6), 1094-1114.

Mucuk, İ. (2005). Modern İşletmecilik, 15. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Nahlinder, J., Tillmar, M., & Wigren, C. (2015). Towards a gender-aware understanding of innovation: a three-dimensional route. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 7(1), 66-86.

Nguyen, C., Frederick, H., & Nguyen, H. (2014). Female entrepreneurship in rural Vietnam: an exploratory study. international Journal of Gender and Entrepreneurship, 6(1), 50-67.

Nikina, A., Shelton, L. M., & LeLoarne, S. (2015). An examination of how husbands, as key stakeholders, impact the success of women entrepreneurs. Journal of small business and enterprise development, 22(1), 38-62.

Özdevecioğlu, M., & Karaca, M. (2015). Girişimcilik, Girişimci Kişilik, Kavram ve Uygulama. Eğitim Yayınevi, Konya.

Özkazanç-Pan, B. (2015). Secular and Islamic feminist entrepreneurship in Turkey. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 7(1), 45-65.

Özyılmaz, A. M., & Yavuzer, H. (2016). Türkiye'de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma (Master's thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).

Pardo-del-Val, M. (2010). Services supporting female entrepreneurs. The Service Industries Journal, 30(9), 1479-1498.

Pathak, S., Goltz, S., & W. Buche, M. (2013). Influences of gendered institutions on women's entry into entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 19(5), 478-502.

Pettersson, K. (2012). Support for women's entrepreneurship: a Nordic spectrum. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 4(1), 4-19.

Ramadani, V., Rexhepi, G., Abazi-Alili, H., Beqiri, B., & Thaçi, A. (2015). A look at female entrepreneurship in Kosovo: an exploratory study. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 9(3), 277-294.

Sabuncuoğlu, Z., Tokol, T., (2003). İşletme. Ofset Yayınlar

SEMERCİÖZ, F., & SÖZÜER, A. (2012). KÜÇÜK İŞLETMENİN BÜYÜME YOLU: REKABET STRATEJİLERİ VE BİR ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ. 8. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi, 243.

Sullivan, D. M., & Meek, W. R. (2012). Gender and entrepreneurship: a review and process model. Journal of Managerial Psychology, 27(5), 428-458.

Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: entrepreneurial alertness and commitment. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 14(3), 128-151.

TEPEGÖZ, Ş. M., & TÜREDİ, H. (2015). İŞLETMENİN SÜREKLİLİĞİ VARSAYIMI VE DENETÇİNİN SORUMLULUĞU. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(2), 43-52.

Terrell, K., & Troilo, M. (2010). Values and female entrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2(3), 260-286.

Tutar, H., & Altınkaynak, F. (2014). Girişimcilik:(temel girişimcilik ve iş kurma süreci). Detay Yayıncılık. 2. Baskı.

ULUKÖY, M., & DEMİRELİ, C. (2014). CİNSİYETİN GİRİŞİMCİLİK PROFİLİ ÜZERİNE ETKİSİ: ERKEK GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 12(22), 47-55.

van Hulten, A. (2012). Women's access to SME finance in Australia. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 4(3), 266-288.

Vosta, L. N., & Jalilvand, M. R. (2014). Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 10(3), 209.

Watson, J., Newby, R., & Mahuka, A. (2009). Gender and the SME "finance gap". International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1(1), 42-56.

Welsh, D. H., & Krueger, N. (2012). The evolution of social entrepreneurship: what have we learned?. Journal of Technology Management in China, 7(3), 270-290.

Welter, F. (2004). The environment for female entrepreneurship in Germany. Journal of Small Business and Enterprise Development, 11(2), 212-221.

Yetim, N. (2002). SOSYAL SERMAYE OLARAK KADIN GİRİŞİMCİLER: MERSİN ÖRNEĞİ.

Yıldırım, M. H., Demirel, Y., & İçerli, L. (2011). İşletme Sahibi Yöneticilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Tespiti: Aksaray Örneği. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2).

Yousuf Danish, A., & Lawton Smith, H. (2012). Female entrepreneurship in Saudi Arabia: opportunities and challenges. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 4(3), 216-235.

Yurtseven, H. R. (2007). Girişimcilik: küçük bir işletme kurmak ve yönetmek. Detay Yayıncılık.