



Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,
The Journal of Social Sciences Institute
Sayı/Issue:38 – Sayfa / Page: 303-324
ISSN: 1302-6879 VAN/TURKEY

Makale Bilgisi / Article Info
Geliş/Received: 09.10.2017 Kabul/Accepted: 05.12.2017

**TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ: KADIN
GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖZELLİKLERİ, SORUNLARI VE
TÜRKİYE’DEKİ DURUMU HAKKINDA BİR
DEĞERLENDİRME**

***WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN TURKEY: A PROFESSION
OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP, ITS PROBLEMS AND AN
EVALUATION ON THE SITUATION IN TURKEY***

Öğr. Gör. Erdal DEMİR
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
erdaldemir@yyu.edu.tr

Öğr. Gör. Mehmet Sadık ÇOBAN
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Öğr. Gör. Ahmet Baran YILMAZ
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
abyilmaz@yyu.edu.tr

Öz

Ekonomik gelişmenin sağlanmasında ve toplumsal refahın arttırılmasında önemli bir etkiye sahip olan girişimcilik, risk alarak yeni bir iş kurup üretim yapma ve yenilik ile kurulan işletmeyi geliştirme sürecidir. Güçlü ve sağlam temelli bir ülke ekonomisinin şartlarından biride kıt kaynaklarını en verimli şekilde kullanarak üretime dönüştürmektir. Bu durum dışa bağımlılığı azaltarak, sermayenin ülke içinde kalmasını ve yeni yatırımların önünün açılmasını sağlayacaktır. Bunu sağlayacak olan da üretim faktörlerinden bir tanesi de girişimcidir.

Günümüzün hızla değişen ekonomik koşulları, kadınlarında ekonomik yaşamda güçlü yer edinmelerini sağlamış ve ücret karşılığında çalışan kadınların dışında kendi işini kuran kadın girişimci sayısında da artışı beraberinde getirmiştir. Kadının kendine özgü özellikleri ile ekonomik yaşam içinde olması oldukça önemli bir konudur. Fakat bazı sebeplerden dolayı kadınlar yeteri kadar piyasada kendine yer bulmakta zorlanmakta ve girişimci

özelliklerini ortaya serememektedir. Oysa kadın girişimciye verilecek olan finansal, örgütsel, eğitsel vb. destekler sadece kadın girişimcilere değil; kadın girişimcilerin üretime yapacakları katkı ve yaratacakları istihdam oranı ile çevrelerine dolayısıyla ülke ekonomisine önemli bir katkı sağlayacakları açıktır.

Bu çalışma, girişimciliğin giderek önem kazandığı ekonomik dünyada, Türkiye’de, kadın girişimciliği ve özellikleri, kadınları girişimci olmaya iten sebepler ve kadın girişimcilerin Türkiye’deki durumunu ele almayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Kadın Girişimciliği.

Abstract

Entrepreneurship, which has an important influence on ensuring economic development and raising social welfare, is the process of establishing a new business by taking risks and developing the business established by innovation. It is a powerful and well-founded country economy that transforms production into the most efficient use of scarce resources. This will reduce external dependency, ensure that the capital remains within the country and open up new investments. One of the production factors that will provide this is the entrepreneur.

Today's rapidly changing economic conditions have enabled women to gain a strong place in economic life and have increased the number of female entrepreneurs who have set up their own businesses other than those working for wages. It is a very important issue to be in the economic life with the peculiar characteristics of the woman. However, due to some reasons, women are having difficulty finding their place on the market as much as they are and can not reveal their entrepreneurial qualities. However, women, entrepreneurs will be given financial, organizational, educational and so on. not only for women entrepreneurs; it is clear that female entrepreneurs will make a significant contribution to the country's economy by contributing to and creating employment rate and environment.

The aim of this study is to examine women entrepreneurship and its characteristics in Turkey, the causes of women entrepreneurship and the situation of women entrepreneurs in Turkey in the economic world where entrepreneurship is increasingly important.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Women Entrepreneurship.

1. GİRİŞ

Üretim aşamasında insanın en önemli sermayesi olan beyni ve yaratıcılığı, girişimciliği yansıtmaktadır. Girişimcilik; 20.yy’ın ilk yarından itibaren dördüncü üretim faktörü olarak hem işletme hem de ekonomi literatüründe yerini almıştır(Narin ve diğ, 2006:66).

Orta Çağ’da girişimci, büyük ölçekli üretim projelerini yöneten bir yönetici olarak tanımlanmıştır. O dönemde girişimci risk

almamakta, sadece tahsis edilen kaynakları kullanarak projeyi yöneten kişidir. 17.yy'da ise girişimcilik kavramı ile risk arasında ilk kez ilişki kurulmaya başlanmış, girişimci kar ve zarar etme riskini üstlenerek, devletle anlaşmak suretiyle mal ve hizmet tedarikinde bulunan kişi olarak tanımlanmıştır. Girişimci kelimesi ilk olarak ekonomi dilinde 1730'lu yıllarda Fransız Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır (Çetindamar, 2002: 33). Yapılan tanıma göre girişimci; "henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini şimdiden satın alan ve üreten kişi" olarak tanımlanmıştır (Çetin, 1996:29).

Ekonomik gelişme sürecine bağlı olarak girişimci tanımına yeni nitelikler eklenmiştir. Girişimci tanımı Richard Cantillon'dan sonra Jean Baptise Say tarafından da geliştirilerek, girişimcinin risk üstlenme kadar üretim girdilerini örgütleme ve yönetme niteliğine sahip olması gereği üzerinde de durulmuştur. Girişimcinin yenilikçi ve dinamik olma özelliğini ise ekonomik kalkınmada, insan kaynaklarının temel yapı taşlarından birisi olarak ilk kez vurgulayan ve gündeme getiren Joseph A. Schumpeter'dir. Schumpeter çalışmalarında girişimciliği, yenilik yaratma ve teknolojik buluşlar ile açıklamaya çalışmıştır. Schumpeter'e göre girişimci, toplumda değişimi yaratacak kişi ve kurumlar olarak tanımlanmaktadır (Müftüoğlu ve diğ. 2010:4).

Bir başka tanıma göre, Bygrave ve Hofers ise girişimciyi, "fırsatları algılayarak, fırsatlar doğrultusunda işletmesini şekillendiren kişi" olarak tanımlamıştır (Mueller ve Thomas, 2001).

Girişimci ile ilgili tanımların ortak noktası, girişimcinin başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, onları birer iş fikrine dönüştürebilmesi ve risk almaya yatkınlığıdır. Modern girişimci yenilik yapar ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticari ürünlere dönüştürür (Titiz, 1996:3).

Girişimcilerin ortak özellikleri; eğitilmiş olma, risk alabilme, yenilikçi ve yaratıcı, yüksek başarı güdüsüne sahip, vizyon sahibi ve hayal gücü kuvvetli, özgüveni yüksek ve sorumluluk sahibi olma, analitik ve sentezci düşünme yeteneğine sahip olma, problemleri çözerek hızlı karar verebilme, yüksek motivasyon sahibi, zamanı etkin bir şekilde kullanabilme ve yönetme, liderlik özelliklerine sahip, takım çalışmasına önem verme, küresel ölçekte düşünebilmesidir. Ancak çalışma alanları ve yapılan işler açısından girişimcilerin birtakım farklı özellikler sergilediği unutulmaması gereken bir gerçektir (Çevik, 2006:58).

2. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Ekonomi tarihinde önemli bir yere sahip olan Joseph A. Schumpeter'e göre, kapitalist toplumların gelişmesi girişimcilerin eseridir. Girişimci veya girişimcilik, net bir şekilde sınırlanmış sosyal bir meslek grubuna ait olarak tanımlanamaz. Girişimcinin tanımı, yüklediği veya yerine getirdiği işlevine göre yapılmalıdır (Çetin, 1996:29).

Girişimci ve girişimcilik kavramları esasta iktisadi bir çerçeve içinde ele alınmaktadır. İktisadi açıdan girişimci, arz ve talebi yönlendiren, pazar arayan kişi; girişimcilik ise, daha çok kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyeti olarak anlaşılmaktadır (Aytaç, 2006:141). Girişimci, kar elde etmek için üretim faaliyetlerini bir araya getiren ve bunları organize eden kişidir (Müftüoğlu ve diğ. 2010:4).

Bir başka tanıma göre girişimcilik; bir iş fikrine sahip olarak pazardaki fırsatları değerlendirmek, mal ve hizmet üretmek amacıyla sermaye, doğal kaynak, emek gibi üretim faktörlerinin bir araya getirilerek, işletmesiyle ilgili faaliyetler olarak tanımlanabilir (Tekin, 2005:2).

Girişimcilik, yaşanan çevrede belirlenen fırsatları görerek projeler oluşturan, projeleri insan yaşamına taşıyarak zenginlik üretme ve yaşamı kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır. Girişim süreci ise, bireysel bağımsızlık, tatmin gibi psikolojik; para, servet gibi ekonomik bir ödül; itibar, statü gibi sosyolojik kazanımlara yol açan, özel bir çaba gerektiren bir değer yaratma sürecidir (İlter, 2000:65)

Girişimciliğin öneminin bu denli artmasının ana sebebi, ülkelerin gelişmesinde önemli bir güç kaynağı olmasıdır. Girişimcilikle, ülke içerisinde sağlanan ekonomik kalkınma siyasi gücü, teknolojik ve bilimsel gelişmeyi de döngüsel olarak artırmakta ve dünya arenasında ülkeler arası rekabette avantaj yaratmaktadır. Diğer taraftan da ülkenin geneline yayılan girişimsel faaliyetler bölgeler arası gelişmişlik farklarını ortadan kaldırırken, merkez-çevre arasındaki mesafeyi azaltmakta, böylece ülke genelinde bütün olarak gelişme ve kalkınma sağlamaktadır. Açık ki, bir ülkedeki girişimcilikle ilgili gelişmeler, o ülkenin en önemli hazinelerinden biridir (İrmiş ve Barutçu, 2012:1-2).

Ülke ekonomisinin dar boğazdan çıkıp, istikrarlı bir ekonomik güce konuşması, zaman zaman ülkemizde ve dünyada meydana gelen ekonomik krizlerden etkilenmemenin veya bu kriz ortamlarından çıkışın önemli bir yolu da girişimciliğidir. Girişimcilik, ekonominin gelişmesi için dinamik bir güç olmasından dolayı hayati bir öneme sahiptir. Bir işi kurmak ve onu devam ettirmek kolay değildir.

Girişimcilerde, cesaret, yetenek ve yaratıcılığın bir arada bulunması gerekmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013:57).Gelişmiş ülkelerde, özellikle ABD’de giderek artan yenilikçilik ve girişimcilik faaliyetleri durgun endüstrileri harekete geçirerek yeni iş alanları meydana getirmiş ve işsizlik sorunlarını azaltmıştır (Zoltan vd., 2001:239).

Güçlü ve sağlam temelli bir ülke ekonomisinin şartlarından biride kıt kaynaklarını en verimli şekilde kullanarak üretime dönüştürmektir. Bu durum dışa bağımlılığı azaltarak, sermayenin ülke içinde kalmasını ve yeni yatırımların önünün açılmasını sağlayacaktır. Üretim faktörlerinden bir tanesi de girişimciliktir. Yeni işletmelerin kurulması yeni iş fikirlerinin varlığına bağlıdır. Bu bağlamda girişimciler kurdukları yeni işletmelerle ülke içinde istihdam yaratma, bölgesel kalkınma, yoksullukla mücadele vb. gibi konularda ülke ekonomisinin gelişiminde önemli bir yere sahiptirler. Bu nedenle ekonomik toplumda girişimcilerin sayısının artırılması şarttır.

Günümüz bilgi toplumunda insan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı her geçen gün artmaktadır. Bu noktada girişimciliğin önemini; yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Ayrıca günümüzde küresel ekonominin daha rekabetçi hale gelmesi de girişimciliğin önemini arttıran diğer faktörler olarak sayılabilir (Özkul, 2007: 344).Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin özendirilmesine özel bir önem verilmektedir. Avrupa Birliği’nde küçük işletmelerin geliştirilmesi, rekabet gücünün artırılması, uluslararasılaştırılması ve girişimciliğin özendirilmesi amacıyla bir takım destekleme programları geliştirilmiştir (Çakıcı, 2003: 72).

Günümüz koşullarında rekabetin küresel boyutlara ulaştığı, ülke ekonomileri üzerinde ulusal düzenlemelerin etkisini kaybetmeye başladığı ve dünyada üretim faktörlerinden bilgiye sahip olanların ve bilgiyi kullanabilenlerin faydalandığı bir ortamda (Ören ve Biçkes, 2011:68) ulusların zenginliği ancak girişimci bireylerin artmasıyla mümkün olmaktadır. Piyasa koşullarının belirsiz olmasına karşılık, girişimciler piyasada oluşan fırsatları görebilen, yenilikçi, risk alan ve yaratıcı bireylerdir (Öztürk ve Arslan, 2016:4).Girişimci kişiliğe sahip insanlar, hayatları boyunca çok önemsiz durumları bile çok önemli duruma çevirebilirler. Girişimciler, toplumun vizyon sahibi üyeleridir. Geçmişte değil, gelecekte yaşarlar. (Gerber, 2001: 24).Girişimcilik eğitimleri ile iş fikirlerinin değerlendirilmesi, finansman kaynaklarının araştırılması, iş planının hazırlanması ve hukuki süreçlerin takibi olmak üzere birçok konuda girişimci adayları desteklenmektedir (Erdoğan, 2009:19).Hal böyleyken girişimciliğin önemini anlayan

ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de girişimcilik konusu üzerinde önemle durulmuş, girişimcilerin sayısını ve niteliğini arttırmak amacıyla çeşitli teşvikler, destekler verilmiş ve verilmeye de devam etmektedir.

3. GİRİŞİMCİLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Girişimcilik faaliyetinde bulunan kişiler içinde buldukları toplumdan ve sosyo-ekonomik çevreden etkilenmektedirler. Her ne kadar girişimcilik, kişinin şahsi yetenekleri ve eğitimi ile ilgili olsa da, bu yeteneklerin haricinde örgüt kültürü ve çevresel faktörler de girişimcinin davranışlarını ve kararlarını etkilemektedir. Girişimciliği şekillendiren faktörler üç grupta incelenmektedir (Korkmaz, 2000:168):

- a. **Geçmişten Gelen Faktörler:** Bu faktörler; genetik faktörler, aile, eğitim ve deneyim gibi kişinin şahsına ait özelliklerdir.
- b. **Örgüt Yapısı ile İlgili Faktörler:** Bu özellikler coğrafi konum, kişinin kazanmış olduğu bilgi, beceri ve tecrübeler, iş arkadaşları ile ilişkileri ve motivasyon gibi örgüt yapısı ile ilgili olan faktörlerdir.
- c. **Çevresel Faktörler:** Bu faktörler, ekonomik şartlar, risk sermayesinin temini, girişimci örnekleri, danışmanlık hizmeti alabilme, müşteri kazanımı ve hizmet sağlanması gibi işletme çevresi ile ilgili faktörlerdir.

4. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Kadın girişimciliğinin ne olduğu ve kadın girişimcinin kim olduğu sorunu üzerinde net bir şekilde mutabakata varılmamış bir konudur. Bazı araştırmacılar, kadın girişimciye bir işletmenin kurucusu kimliğini yüklerken, bazıları bir işletmenin ikinci kuşak kadınlarını da bu grup içerisinde değerlendirmeyi gerekli görmekte, bazıları evin içinde iş yapan ev kadınına kadın girişimci olarak tasvir ederken, bazı bakış açılarına göre ise ev dışındaki girişimleri asıl girişimcilik olarak kabul etmektedir. Bununla birlikte, avukat, eczacı, doktor gibi meslekleri yürüten kadınlar kimi araştırmacılara göre girişimci olarak kabul edilmezken, kimilerine göre girişimcilik kategorisi içerisinde değerlendirilmektedir (Çakıcı, 2004: 2).

Kadınların bir iş yeri kurma ve yönetme aşamalarında, erkeklere oranla, sadece kadın olmalarından kaynaklanan fazla sayıda ve daha zorlu engellerle karşılaştıkları kabul edilmeseydi, bugün kadın girişimciliğini ayrıca tanımlama ve bu konuda çalışma yapma gereği de doğmazdı (Özar, 2005, s.13). Kadın girişimciyi tanımlamak kolay değildir. Kadın girişimci kavramına, farklı yazarlar farklı anlamlar

yüklemektedir. Genelde “iş kadını” ve “kadın girişimci” kavramları birbiri ile eş anlamlı kullanılmaktadır. Fakat kadın girişimci, kendi adına iş yapar. Oysa “iş kadını” denildiğinde bir iş yerinde çalışan tüm kadınlar anlaşılmalıdır. Kadın girişimciler, daha fazla risk üstlenmeye eğilimli olduğu gerçeği ile diğer kadınlardan farklı, çok daha kararlı ve dayanıklı olup, kendi kaderlerini kontrol etmede daha fazla istekli olan kadınlardır (Keskin, 2014:72).

Kadın girişimci; ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir iş yerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatı ile ortaklık kuran, herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan, işi ile ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum veya kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran, iş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş yerinin işletilmesi, kapatılması veya geliştirilmesine kendisi karar veren ve işinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır (Ecevit, 1993:19-20).

İş ve siyaset dünyasında gerek Türkiye’ de gerekse dünyada erkeklerin egemen olduğu bilinen bir gerçekliktir. Türkiye için bunun nedeninin “ataerkil bir toplumda yetismekten kaynaklandığı” şeklinde görüşler hakimdir. Fakat bu durumun gün geçtikçe değişim gösterdiği ve kadınların da yeni fikirlere açık, bilgi ve yeteneklerini ekonomik kazanca dönüştürmeye eğilimli oldukları görülmektedir(Güleç, 2011:33). Son yıllarda ülkemizde ve dünyada özellikle 1970’lerden sonra büyük bir atılım içinde oldukları gözlemlenen kadınların, çalışma hayatındaki ağırlıkları gittikçe artmaktadır. Kadınların sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma, esnek çalışma saatleri ile 1970 ve 1980’lerde birçok engelle karşılaşmış olmaları sebebiyle, ücret ve maaşla çalışmak yerine kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler. Kadınların iş hayatında deneyim kazanma, yüksek mevkilere gelebileceklerini kanıtlama çabaları 1980’li yıllara rastlamakta olup, 1990’lı yıllardan itibaren de kadınları daha yüksek konumlarda ve erkek egemenliğindeki sektörlerde başarıyı vaat eden pozisyonlarda görmek mümkün olmuştur (Liman 1993: 195).

1980’lerden itibaren girişimcilik anlayışı hızlı bir gelişme göstererek erkekler kadar kadınların da ilgi alanına girmiş ve onları da bu süreçte iş hayatının içerisine çekmiştir. Gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer alan ülkemiz ekonomisi kırılğan bir yapıya sahip olup, ekonomiyi büyütmenin, zengin olmanın, yarısı kadınlardan oluşan ülke nüfusumuzun kullanılmayan potansiyelini etkin hale getirmenin ve yeni istihdam alanları yaratarak işsizliği azaltmanın

yolunun kadınların girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesinden geçtiği üzerinde önemle durulması gereken bir olgudur (Soysal, 2010:71).Kadın girişimciler, kendileri ve istihdam ettikleri kişiler için iş olanağı sunmaktadırlar. Etkin kadın girişimcilerin yaratılması, geleceğin iş dünyasının yapılandırılmasında özel olarak yerel ekonomilerin kalkınmasında, genel olarak ise ülke ekonomisinin kalkınmasında büyük öne arz etmektedir (Öztürk ve Arslan, 2016:6).

4.1. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Günümüzde kalkınma ile kadın girişimciliği arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla kadınların ekonomik yaşama adapte olması ve kalkınma ile büyüme süreçlerinden daha çok pay almaları aynı zamanda onların sosyal statülerinin iyileşmesini ve genel ekonomik görünümü etkileyen bir unsur olmasıyla (İlkay vd. 2012: 115),kadın girişimcilerin, işletmelerin kuruluş aşamalarında da farklı rollerinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Buna göre kadın girişimcilerin genellikle ya küçük çaplı işletmelerin ya da gelişme imkânı az olan firmaların kurulma aşamalarında rol oynadıkları ifade edilebilir (Kutaniş, 2003: 60).

Kadın girişimciler erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında, genelde aralarında benzerlikler bulunmasına rağmen kadın girişimciler farklı güdülere, iş beceri düzeyine ve mesleki geçmişe sahiptir (Çelebi,1997:19).

Kadın girişimciyi, kadın istihdamı içerisinde yer alan unsurlardan farklı kılan, onun riske girmesi ve fırsatları değerlendirmeye yönelik hamleleridir. Bu bağlamda, araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerin ortak özellikleri şu şekilde sıralanmıştır (Soysal, 210: 90):

- ❖ Dinamizm,
- ❖ Bağımsızlık,
- ❖ Yüksek özgüven,
- ❖ Rekabet gücü,
- ❖ Amaç odaklılık,
- ❖ Hırs,
- ❖ Risk almak,
- ❖ Kendi işini kontrol etmek.

Kadın girişimcilerin kişisel özellikleri üç kapsamda ele alınabilir. Bu özelliklerden ilki olan girişimci olmaktan kaynaklanan kişisel özellikler; kendine güven, yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik olarak sıralanabilir. Diğer taraftan sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özellikleri ise; çevresinde saygın biri, çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi

değerlendirebilen, koruyan-gözeten, işbirliğine yönelik, akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış olarak sıralanabilir. Kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini ortaya koyma çerçevesinde ele alınan bir diğer özellikler bütünü ise onların cinsiyet rollerinden kaynaklanan özellikler olarak bilinmektedir. Bunlar ise, iyi iletişim kuran, problemleri kolaylıkla çözebilen, hoşgörülü, özverili ve duygusal olarak sıralanabilir (Yetim, 2008:84).Zhao ise girişimcilik faaliyetini sürdüren kadınları, hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme gibi özellikler çerçevesinde de betimlenmektedir (Zhao, 2005: 26).

Hisrich ve Brush'ın yaptıkları bir araştırmaya göre kadın girişimciler “yönetmel becerilerine ilişkin” öz değerlendirmelerinde yeni fikirler ve yeni ürün geliştirme konularında kendi becerilerini “mükemmel” olarak tanımlamışlardır. Aynı araştırmada, insan ilişkileri, yönetim, geliştirme ve eğitim ile pazarlama araştırması alanında “çok iyi”, envanter, üretim gibi işe yönelik teknik alanlarda “iyi” oldukları ortaya konulmuştur. Kadınların finans-sermaye kullanımında ise “nispeten yetersiz” kaldıkları alanlar olarak nitelendirilmiştir (Hisrich ve Brush, 1989: 34).

OECD kaynaklı bir araştırmada da, kadınların fırsatlara nispeten yenilikçi bir biçimde yaklaştıkları, iş yaşamının “yaşam kalitesi” yanında “yeni ekonomik çevrenin gelişimine” de katkı sağlayacak nitelikte bir düşünceye sahip oldukları belirlenmiştir (Narin vd., 2006: 70). Yani erkek girişimcinin genelde otoriter yönetim tarzına sahipken; kadın girişimci, yönetim olgusuna daha “bütüncül” yaklaşmakta, araştırma sonuçlarına göre personel eğitimi, takım çalışması, kalite konularında ve başarı olgusunu erkeklerden farklı değerlendirmesi sonucu çalışanların kariyerlerinde gelişmelerinin sağlanması ve müşterilerin istekleri konularında daha duyarlıdır (Gürol ve Marşap, 2007: 103).

Tablo-1:Hisrich’e Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Özelliklerinin Karşılaştırılması

Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	Kendini gerçekleştirme- bir şey meydana getirmek için çaba	Bir amaca yönelmek, çaba göstermek, özgür olma ve tek başına başarıma
Girişimde Bulunma Nedeni	Mevcut işten hoşnutsuzluk, işten çıkarılma, varlık sahibi olma	İşten soğuma, belli bir alana ilgi veya o alanda fırsat yakalama. kişisel konularda değişiklik.
Fon Kaynakları	Kişisel varlık, banka kredileri, yatırımcı desteği	Kişisel varlık, kişilerden sağlanan borçlar

Mesleki Geçmişi	Çalıştığı işten edindiği deneyim, konunun uzmanı olma veya o alanda yüksek düzeyde başarı elde etmiş olma, belli işletmecilik alanlarında uzmanlık.	Faaliyet alanındaki deneyim, alanında orta düzey yönetici veya idari kademelerde deneyim sahibi olma, hizmette mesleki deneyim.
Kişisel Özellikler	Kararlılık ve inatçılık, hedefe yönelme, yenilikçilik ve idealistlik, kendine aşırı güven, hevesli olma ve enerjik olma, kendi kendinin patronu olma.	Esnek ve toleranslı olma, hedefe yönelme, yaratıcılık ve gerçekçilik, orta düzey kendine güven, hevesli ve enerjik olma, sosyal ve ekonomik çevre ile baş edebilme yetisi.
Geçmiş Yaşamı İle İlgili Konular	Girişim yaşı:25-35, Baba serbest meslek sahibi, Üniversite eğitimi almış, konusu işletmecilik, mühendislik alanında Teknik derecesi mevcut, İlk çocuk	Girişim yaşı: 35-45, Baba serbest meslek sahibi, Üniversite eğitimi almış, konusu liberal sanatlar, İlk çocuk
Destek Olan Gruplar	Arkadaşlar, profesyonel kişiler (avukatlar, muhasebeciler), iş ortakları / o olandaki kişiler, eş	Yakın arkadaşlar, eş, aile mensupları, kadın cemiyetleri, meslek kuruluşları
Girişimin Türü	İmalatçılık veya yapımçılık (inşaatçılık)	Hizmet alanındaki işler, eğitim hizmetleri,

Kaynak: (Güleç, 2011:23)

4.2. Kadın Girişimci Tipleri

Kadın girişimciler, dört kategori altında ele alınmaktadır. Bunlar sırasıyla (Soysal, 2010: 92);

- ❖ **Geleneksel Girişimciler:** Girişimcilik hedefleri ile geleneksel görevlerini sentezlemiş, iş ile aile görevlerini dengeleyen ve işini daha çok geliştirmeyi düşünmeyen girişimcilerdir.
- ❖ **Yenilikçi Girişimciler:** Girişimciliğini, aile görevlerinin üzerinde kabul eden ve işletmesinin büyümesini cinsiyet rollerinin üzerinde algılayan girişimcilerdir.
- ❖ **Evcimen Girişimciler:** Girişimciliği yan işi gibi gören ve ev işlerini - geleneksel rolleri işinin üzerinde gören girişimcilerdir.
- ❖ **Radikal Girişimciler:** İş-Aile dengesini kurmayı değil, kadınların iş yaşamında ikinci plana atılmasını engellemek için girişimcilik gerçekleştiren girişimcilerdir.

4.3.Kadınları Girişimci Olmaya İten Sebepler ve Karşılaşılan Sorunlar

Kadınları girişimciliğe, kendi işletmelerini oluşturmaya yönlendiren nedir diye baktığımızda itici güç sağlayan tek başına bir faktör yerine faktörler dizini görmekteyiz. Örneğin, başarı, bağımsızlık, kontrol odağı gibi psikolojik motivasyonları, ekonomik gereklilik, maddi bağımsızlık için bir yol gibi ekonomik motivasyonları, buna ek olarak kariyerindeki hayal kırıklığı, kariyer fırsatı eksikliği gibi içinde bulunan çalışma koşullardan memnuniyetsizlik veya esnek çalışma modeli oluşturmak gibi bir dizi faktör sayılabilir (Dzisi, 2008, s.72).Türkiye'deki kadınlar ile batıdakileri kıyasladığımızda girişimciliğe başlama sebebi olarak ekonominin yanı sıra sosyal kültürel farklılıklar da yer almaktadır (Tunçşiper, Karaköy ve Kafa 2008: 59).

Nevşehir'de 2001 yılında yapılan bir araştırmada, kadınların girişimci olmalarında daha çok aileye ek gelir sağlamak, kocanın ölmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması, aileden işi devralma gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001:383). Kadın girişimcilerin motivasyonu çoğunlukla sosyal çevreye dayanmaktadır. Bu da milli kültür, aile ilişkileri ve eğitim sistemini içermektedir. Sosyo-kültürel altyapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının çalışma hayatına girmesi ve eğitim düzeylerinin yükselmesi de kadınları girişimciliğe yönlendirmektedir (Güney, 2006:30).

Kadınları girişimciliğe yönlendiren sebepleri hem pozitif hem de negatif, kişisel ve dış koşulların etkili olduğu iten ve çeken faktörler olarak ayırma tabi tutabiliriz. Negatif faktörler kadınları girişimciliğe iterken, pozitif faktörler kadınları girişimciliğe çekmektedir. İten faktörler; ekonomik zorunluluk, yetersiz aile geliri veya ek gelir ihtiyacı, aileden birinin ölümü veya boşanma gibi aile yapısı ve aile içi olaylar, kabul edilemez çalışma koşulları, kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ücret farklılığı, gelir eşitsizliği, mesleki ayırım, ve terfideki engellemelerin neden olduğu işteki hayal kırıklığı gibi nedenlerdir. Dünyada kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörlerden biri gelir elde etme gereksinimidir. Tüm ülkelerde kadınlar erkeklere kıyasla ekonomik yönden dezavantajlı gruptur. İşsizlik ve diğer ekonomik seçeneklerin yokluğu da kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörlerden biridir. Kadınları girişimciliğe çeken faktörler; yaşam memnuniyetini artırma potansiyeli, bağımsızlık, başarı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kendi patronu olma ve kendi hayatını kontrol etme arzusu, Pazar fırsatı, hırs, deneyim, bir faaliyet alanına duyulan ilgi, sosyal hedefler,

esnek çalışma saatlerine duyulan ihtiyaç, kendisi veya ailesi için daha fazla mali bağımsızlık ve gelir elde etme arzusu, kişisel gelişim ve işten tatmin olma arzusu, kendi kaderini kontrol etme isteği gibi nedenlerdir (Keskin, 2014:74). Ayrıca coğrafi konum kadın girişimciliğini etkileyebilir. Kırsal alanlardaki kadınların girişimciliklerini geliştirmeleri nispeten daha zordur. Çünkü kırsal alandaki kadınlar yapısal, kültürel ve kurumsal kısıtlamalarla daha fazla yüz yüzedir (Tambunan, 2008:342).

Kadınların bir iş kurma ve girişimde bulunmasının nedenleri makro ve mikro çerçeveden bağımsız olarak düşünülemez. Bu bağlamda, bir ülkede işsizlik, yoksulluk, kadının iş hayatındaki yeri ve kadının cinsiyetten dolayı ayrımcılığa uğraması gibi negatif nedenler kadınların bağımsız bir alanda kendilerini var etmelerine zemin sağlarken, mikro bağlamda ise kadınların bağımsızlık istekleri, kendilerini gerçekleştirme arzuları, kendi işlerinin esnek bir şekilde patronu olma ve bunu gerçekleştirirken aile yaşamları ile dengeli bir geçiş sağlamak gibi unsurlar devreye girmektedir. Ayrıca kadınları girişimciliğe iten bir diğer neden ise özellikle devletlerin kalkınma planlarında yerel ekonominin ve özellikle kadınların yok sayılmalarıdır. Özellikle kırsal alanda gerçekleştirilecek olan kalkınma politikalarının bir parçası olarak kadınlar mikro-finansman yöntemi ile finanse edilmekte ve yerlerinden girişimcilik örnekleri sergilemektedirler. Bunda kadınların erkeklere oranla daha az öz sermayeye sahip olmalarının ve bu durumun verdiği güvensizlikle banka kredilerine daha az yönelmelerinin de payı bulunmaktadır (Soysal, 2010: 89-91). Kadınları girişimci olmaya iten sebepler kadar kadın girişimcilerin karşılaştığı engellerde, kadın girişimciliği konusunda irdelenmesi gereken önemli bir konudur.

Türk toplumunun ataerkil yapısı içerisinde kadın girişimcilerin bazıları çalışma hayatlarıyla ilgili kararlarında eşleri nedeniyle engellemelerle karşılaşmakta ve bu engellemeleri yıkmak için çok fazla mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Eşler, kadınların iş kurlmalarını erkek egemen bir alanda statü ve prestij kaybı olarak değerlendirmektedir. Ataerkil bir yapıya sahip Türk toplumundaki girişimcilik kültürü, kadınların girişimci olmasını destekler nitelikte görünmemekte, bu durumda kadın girişimci sayısına yansımaktadır. Sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması kadın girişimciliğinin önündeki en önemli engellerden biridir (Öğüt, 2006:73).

Ülkemizde kadınlar girişimcilik için gerekli eğitimi alamamaktadır. Bu eğitim bir ustanın yanında ya da aile fertlerinin yanında çırak olarak çalışılarak alınan bir eğitimde olabilmektedir.

Girişimcinin başarısında başka girişimcilerin başarı sırlarını öğrenmek ve onların tecrübelerinden yararlanmakta önemli faktörler arasındadır (Şahin, 2006:63-64).Türkiye’de kadın girişimciler, erkeklere kıyasla, teminat olarak gösterecek mal varlıklarının daha az, eğitim düzeylerinin daha düşük ve piyasa tecrübelerinin daha kısıtlı olması nedeniyle hızla değişen ekonomik koşullarla baş etmekte zorlanmaktadır(Özar, 2005:8).Türkiye’deki mevcut organizasyonların ataerkil yapıları, bu tip kurumlarda kadınların sahip oldukları işletmelere yönelik faaliyetlerin olmayışı ve kurumsal yapı dışında sosyal sorumluluk sahibi kadınların bir araya gelebilecekleri platformların eksikliği kadınların ortak hareket edebilmelerinin ve işletmelerini büyütebilmelerinin önündeki en büyük engeller arasında yer almaktadır (Ünay, 2010).

Kadın girişimciliğini özendirecek ve destekleyecek politikalarda kadın girişimcilerin örgütlenme yeterliliklerine yer verilmesi ve kadınlar arasında dayanışma ve birlikte hareket etme yeteneğinin geliştirilmesi önemlidir (Keskin,2014:90)Bu açıdan kadınların ekonomik gelişim içerisinde aktif bir görev üstlenmeleri ekonomiler için önemli bir artı değerdir. Bu artı değer, kalkınma hızını arttırmakta ve dengeli bir büyümeye zemin sağlamaktadır (İlkay vd. 2012: 115).

5. TÜRKİYEDE KADIN GİRİŞİMCİLER

Türkiye’de kadınlara yönelik girişimcilik çalışmalarının yapılmasında, gelişmiş ülkelerden başlayarak artış gösteren kadın girişimci sayısı ve AB, OECD, BM gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini destekleyici ve yaygınlaştırıcı politikalar izlemesi etkili olmuştur. Fakat buna rağmen ülkemizde, Batı’lı ülkelerde olduğu kadar kadın girişimciliğinde önemli gelişmeler olmamış veya yavaş olmuştur (Çelik/Özdevecioğlu, 2001: 487).

Kadınların Türkiye’de ekonomik hayatın bir parçası olmasını engelleyen sebeplerin başında, Türk toplumunda kadının aile içindeki yeri, üstlendiği ailevi vazifelerin fazla olması ve özellikle Türk toplumunun ataerkil bir yapıya sahip olması gelmektedir.

Kadınların Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri temelde azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen “kadınların kendi başarılarına küçük işyeri kurma girişimlerine” dayanmaktadır. Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye’de özellikle başvuru işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının son derece zayıf olması,

zorunlu olarak kadınları kendi işinde çalışmaya sevk etmiştir (Yetim, 2008).

Tablo-2: Türkiye’ De Kadınların Okur-Yazar, Eğitim, İstihdam

Göstergeler	Toplam	Erkek	Kadın
Okur – yazar olmayan nüfus oranı (25+ yaş)	5,4	1,8	9,0
Yüksekokul- fakülteden mezun nüfus oranı (25+ yaş)	15,5	17,9	13,1
İstihdam oranı (15+ yaş)	46,0	65,0	27,5
İşgücüne katılım oranı (15+ yaş)	51,3	71,6	31,5
İşsizlik oranı (15+yaş)	10,3	9,2	12,6
Genç işsizlik oranı (15-24 yaş)	18,5	16,5	22,2

Kaynak: TÜİK Haber Bülteni, Mart 2017

Sayı: 24643

Oranları

TÜİK verilerine göre Türkiye’de 2016 yılında, erkek nüfus 40 milyon 43 bin 650 kişi olurken, kadın nüfus 39 milyon 771 bin 221 kişi oldu. Diğer bir ifadeyle nüfusun %50,2’sini erkekler, %49,8’ini ise kadınlar oluşturdu. Nüfus sayımı bakımından neredeyse yarı yarıya olan bu durum eğitim ve istihdam alanında ne yazık ki böyle değildir. Okuma yazma bilmeyen kadın nüfus oranı erkeklerden 5 kat fazladır. Türkiye’de 2015 yılında, 25 ve daha yukarı yaşta olan ve okuma yazma bilmeyen toplam nüfus oranı %5,4 iken bu oran erkeklerde %1,8, kadınlarda %9’dur. Lise ve dengi okul mezunu olan 25 ve daha yukarı yaştakilerin toplam nüfus içindeki oranı %19,5 iken bu oran erkeklerde %23,5, kadınlarda %15,6’dır. Yüksekokul veya fakülte mezunu olan toplam nüfus oranı %15,5 olup bu oran erkeklerde %17,9 kadınlarda ise %13,1’dir. eğitim oranındaki bu dengesizlik zaten bir çok bakımda erkeklerden geride bırakılan kadınların girişimcilik alanında da geride kalmalarına etki eden faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye de kadın istihdam oranı erkeklerin istihdam oranının yarısından daha az olduğu gözlenmektedir. Hane halkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; 2015 yılında, Türkiye’de 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus içerisinde istihdam oranı %46 olup, bu oran erkeklerde %65, kadınlarda ise %27,5 olmuştur. Kadınlar da istihdam oranının erkeklere oranla bu kadar düşük olması erkeklerin eğitim oranı bakımından kadınlardan yüksek olması ile ilişkilidir. TÜİK’in araştırma sonuçları bu durumu oldukça açık bir şekilde ortaya koymakta ve desteklemektedir. TÜİK’e göre Türkiye de e eğitilmiş kadınların işgücüne katılma oranı daha yüksektir. Hane halkı işgücü

araştırması sonuçlarına göre; 2015 yılında, Türkiye’de 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus içerisinde işgücüne katılma oranı %51,3 olup, bu oran erkeklerde %71,6, kadınlarda ise %31,5 oldu. Eğitim durumuna göre işgücüne katılım oranı incelendiğinde ise, kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe işgücüne daha fazla katıldıkları görülmüştür. Okuryazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %16,1, lise altı eğitilmiş kadınların işgücüne katılım oranı %26,6, lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %32,7, mesleki veya teknik lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %40,8 iken yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %71,6 olduğu gözlenmiştir. Ayrıca TÜİK’e göre yükseköğretim mezunu kadınların daha fazla gelir elde ettiği gözlenmiştir. Gelir ve yaşam koşulları araştırması sonuçlarına göre; 2015 yılında yükseköğretim mezunu kadınların yıllık ortalama esas iş gelirleri 29 bin 238 TL iken, lise mezunu kadın çalışanların yıllık ortalama esas iş gelirleri 16 bin 124 TL olarak gerçekleşti. Bir okul bitirmeyen kadın çalışanların yıllık ortalama esas iş gelirleri 8 bin 528 TL oldu. Bu sonuçlara göre kadın girişimciliğinde eğitimin önemli bir itici güç olduğu açıktır. Bunun dışında yine Türkiye’de her 5 erkekten 4’ü kadınların çalışmasını uygun bulduğunu belirtmiştir. Aile yapısı araştırması, 2016 sonuçlarına göre; kadınların çalışmasını uygun bulanların oranı toplamda %84,9 olup erkeklerde bu oran %78,1, kadınlarda %91,5 oldu. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) göre kadınların çalışmasını uygun bulanların oranları incelendiğinde, en yüksek oran %90,6 ile Ege (İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)’ta, en düşük oran ise %71,5 ile Güneydoğu Anadolu (Gaziantep, Adıyaman, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)’te oldu.

Tablo-2: İşgücü Göstergeleri, Haziran 2016, Haziran 2017

Göstergeler (15+ yaş)	Toplam (Bin kişi)	Erkek (Bin kişi)	Kadın (Bin kişi)
Nüfus	59 855	29 629	30 226
İşgücü	31 954	21 642	10 312
İstihdam	28 703	19 783	8 920
İşsiz	3 251	1 858	1 393
İşgücüne dahil olmayanlar	27 901	7 987	19 914
İşgücüne katılma oranı (%)	53,4	73,0	34,1
İstihdam oranı (%)	48,0	66,8	29,5

**Kaynak: TÜİK Haber Bülteni,
Eylül 2017 Sayı: 24631**

Tablo-2 de görüldüğü üzere, istihdam edilenlerin sayısı 2017 yılı Haziran döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre 1 milyon 52 bin kişi artarak 28 milyon 703 bin kişi, istihdam oranı ise 0,9 puanlık artış ile %48 olmuştur. İşgücü 2017 yılı Haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre 1 milyon 176 bin kişi artarak 31 milyon 954 bin kişi, işgücüne katılma oranı ise 1 puan artarak %53,4 olarak gerçekleşti. Aynı dönemler için yapılan kıyaslamalara göre; erkeklerde işgücüne katılma oranı 0,7 puanlık artışla %73, kadınlarda ise 1,1 puanlık artışla %34,1 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo-3:Türkiye’de Kadın ve Erkek Girişimcilerin, İşteki Durum ve Ekonomik Faaliyete Göre İstihdam Durumu (bin kişi)

<i>İşteki Durum</i>	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam (%)	Erkek (%)	Kadın (%)
		28703	19783	8920	100,0	100,0
<i>Ücretli veya yevmiyeli</i>	19147	13640	5507	66,7	68,9	61,7
<i>İşveren</i>	1344	1219	125	4,7	6,2	1,4
<i>Kendi hesabına</i>	4785	3939	846	16,7	19,9	9,5
<i>Ücretsiz aile işçisi</i>	3427	985	2442	11,9	5,0	27,4
<i>Ekonomik Faaliyetler</i>	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam (%)	Erkek (%)	Kadın (%)
	28703	19783	8920	100,0	100,0	100,0
<i>Tarım</i>	5757	3079	2678	20,1	15,6	30,0
<i>Sanayi</i>	5383	4098	1285	18,8	20,7	14,4
<i>İnşaat</i>	2171	2094	77	7,6	10,6	0,9
<i>Hizmetler</i>	15392	10513	4879	53,6	53,1	54,7

Kaynak:Kaynak: TÜİK,İşgücü İstatistikleri, Haziran 2017

Tablo-3 incelendiğinde, Türkiye’de erkeklerin % 68,9’unun ücretli veya yevmiyeli, % 6,2’sinin bir işveren, % 19,9’unun kendi hesabına, % 5’inin ise ücret almadan aile için çalıştığı görülmektedir. Kadınların ise % 61,7’sinin ücretli ve yevmiyeli, % 1,4’unun işveren olduğu, % 9,5’inin kendi hesabına, %27,4 gibi büyük bir kısmının da aile işinde ücret almadan çalıştığı görülmektedir. Bu durum kadın girişimciliğinde henüz istenilen seviyede olmadığımızın açık kanıtıdır. Tabloya bakıldığında kadınların büyük bir kısmının % 89,1’inin başkasına ait işlerde çalıştığı ve istihdam üretmeden uzak olduğu

görülmektedir. % 1,4 gibi çok az bir kısmını ise işveren olduğu görülmektedir.

Bu oran oldukça düşüktür ve kadın potansiyelinden yeterince yararlanılmadığını göstermektedir. Profesyonel iş tecrübesi girişimciliğin başarısını artırır. Kadın istihdam oranının artması beraberinde kadın girişimci oranını da arttıracaktır (Onaç, 2012). Bunun sebeplerine bakıldığında kadınların aile baskısı altında olması, eğitim ve finansman olanaklarının kısıtlı olması sayılabilir. Özellikle kadınların finansman sağlama konusunda kısıtlı olması kadın girişimcilerin genellikle 1-4 kişinin çalıştığı mikro bazda işletme dediğimiz yatırımlara yöneldiği görülmektedir.

Kadın girişimci sayısında artış yaşanıyor olsa da istatistikler bu oranın hala oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Bu durumun en önemli sebepleri piyasa araştırması, ürün ve kalite geliştirme, pazarlama teknikleri gibi konularda bilgi eksikliği, teknoloji kullanımındaki yüksek maliyetler, ataerkil değerler, yetersiz krediler ile mevcut kredilere ulaşmakta yaşanan zorluklardır(Kurtsan, 2011).

Yine tablo-3 incelendiğinde erkeklerin %20,1'inin tarım, %18,8'inin sanayi, %7,6'sının inşaat ve %53,6'sının ise hizmet sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir. Kadınların ise en çok hizmet sektöründe (%54,7), en az ise inşaat sektöründe (% 0,9) faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Kadın girişimcilerin, hizmet sektörüne fazla yönelmeleri, finansal kaynaklara ulaşımın kısıtlı olmasından dolayı daha az sermaye gerektirmesi nedeniyle tercih edilmesinden kaynaklanmaktadır (Kurtsan, 2011). Bunun dışında sanayi ve inşaat sektöründe kadın girişimci sayısı oldukça az olduğu görülmektedir. Bununda en önemli nedenleri arasında ülkedeki iktisadi, kültürel ve sosyoekonomik çevrenin sunduğu imkanlar bulunuyor (Ünay, 2011).Türkiye'de kadın girişimciler, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadır. Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren yapılan çalışmalarda girişimci kadınlarının genellikle 30-39 yaş diliminde yoğunlaştığı ve kentli olduğu belirlenmiştir (Yetim, 2002:82).

Ülkemizde kendi işinin sahibi olan kadınların çocuk sahibi olduklarında işlerine ara verme süresi diğer alanlara göre daha kısadır. Kısa olması kadınların ne pahasına olursa olsun bu alanda kalmakta direndiklerinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Bedük, 2005:116).

Türkiye'de girişimci kadınların üçte biri evde, büyük çoğunluğu sigortalı değil ve kendi hesabına çalışıyor. Ancak düzenli işyerlerinde çalışan erkek ve kadın girişimciler arasında sosyal

güvenlik açısından büyük bir fark görülüyor. Evde ve kendi hesabına çalışma, görece düşük çalışma saatleri, girişimci kadınların daha esnek çalışma koşullarına sahip olduklarını gösteriyor (Karakoç ve Kolaşın, 2008:1).

Sonuç

Dünyada ve son 20 yıldır ülkemizde kadınların iş yaşamında var olma eğilimleri giderek artmaktadır. Bu durum kadınların ekonomik ve sosyal hayatta daha etkin hale gelmesini doğurmuştur. Ancak ülkemizde bu artışın henüz istenilen seviyelerde olmadığı aşikârdır. Yapılan araştırmalarda nüfusumuzun yarısını oluşturan kadınların girişimcilik alanında yeterinde yer almadıkları görülmektedir. Bu durum kadınların giderek artan bir şekilde girişimciliğe yönelmeleriyle birlikte ekonominin canlanmasına yol açmıştır.

Kadınların sabırlı olmaları, detaycı davranmalarıyla iş kurma sürecinde ve girişimcilikte özellikle yatırım kararlarında başarısızlıkları azalmaktadır. Fakat kadınların piyasa tecrübelerinin az olması, fon bulmada karşılaştıkları zorluklar ve finans ve muhasebedeki teknik bilgi yetersizlikleri olduğu bilinmektedir. Zira Türkiye’de kadının eğitim düzeyinin düşük ve çalışma yaşamına katılımının yetersiz olduğu görülmektedir.

Kadın girişimcilerin başarılı olmasında toplumsal destek, aile desteği, finansal kolaylıklar önemlidir. Ayrıca kadınların daha önceden edindikleri iş deneyimleri, ücretli istihdam ve bir meslek alanında eğitim almış olmaları da önemli etkenlerdendir. Türkiye’de kadın girişimciliğinin arttırılabilmesinde kadınların iş gücüne katılım oranının ve ücretli istihdam oranlarının arttırılması gerekmektedir. Böylece elde edecekleri tecrübe, finansal destek ve özgüven ile kadınların kendi işini kurma eğilimleri artacaktır. Bunun için ülke genelinde kadın girişimciliğine verilen destekler arttırılmalı, kadın istihdam politikaları oluşturulmalıdır. Çünkü kadın girişimcilerin karşılaştıkları en büyük sorunlar, toplumun kadına bakış açısı, kadınların finansman sağlama zorluğu, yetersiz bilgi ve tecrübe eksikliğidir. Bu bağlamda kadın girişimcilere işletmeyi kurma aşamasından, işletmeyi büyütme ve sonuçta ekonomiye katkı sağlama aşamasına kadar birçok konuda eğitimler verilmeli, destek veren kurum ve kuruluşlarca kadın girişimcilere ayrıcalık tanınmalıdır. Ayrıca başarılı kadın girişimci örnekleriyle kadınların girişimciliğe olan ön yargıları yıkılmalı ve kadınların özgüvenleri arttırılmalıdır.

Kaynakça

AYTAÇ, Ömer (2016), Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 15, s.141.

BEDÜK, Aykut (2005), Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, www.e-sosder.com, ISSN:1304-0278, C.3, S.12, (106-117).

BOZKURT, Öznur; ERDURUR Kutbettin (2013), “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerine Bir Araştırma” Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, S.57.

ÇAKICI, Ayşehan (2003), Mersin’deki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler, 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı(Afyon).

ÇAKICI, Ayşehan (2004), Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yönetim Bilimleri Dergisi, C:1, S:3, ss. 1-15.

ÇELEBİ, Nilgün (1997), Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.Ss.19

ÇELİK, C./ÖZDEVECİOĞLU, M. (2001), “Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma,” 1. Orta Anadolu Kongresi (Nevşehir): 487-498.

ÇELİK, Cemile, ÖZDEVECİOĞLU, Mahmut (2001), Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma, 1. Orta Anadolu Kongresi, Ekim, Nevşehir

ÇETİN, Canan (1996), Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi, Der Yayınları, İstanbul, s.29.

ÇETİNDAMAR, Dilek (2002), Türkiye’de Girişimcilik, TÜSİAD Yayınları, 33.

ÇEVİK, Evrim (2006), Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

DZISI, Smile (2008), Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Ghana, Faculty of Business and Enterprise, Swinburne University of Technology Doctorate Thesis, Victoria, Australia. S.72

Ecevit, Yıldız (1993), Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve

Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No: 74, 15-34.

ERDOĞAN, B.Zafer. (2009), Girişimcilik ve Kobiler Teori ve Uygulama, Bursa, Ekin Yayıncılık, s.19.

Gerber, M. E. (2001), Girişimcilik Tutkusu. Çeviren: Tayfur KESKİN, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

GÜLEÇ, Sabite (2011), Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

GÜNEY, Semra (2006), Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi. S.30

Gürol M. Ali ve A. Marşap (2007), Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın, Bilig, Yaz, S. 42, 95-109.

Hisrich, R. D. ve C.G. Brush (1989), The Women Entrepreneur. Starting, Financing and Managing a Successful Business, Lexington Boks, USA.

KARAKOÇ, Ulaş, KOLAŞIN, Uysal Gökçe (2008), Kadın İstihdamını Artırmak İçin Girişimcilik Desteklenmeli, Betam Araştırma Notu, 17, 21 Kasım.

KESKİN, Sevtap (2014), Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu” Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi (9:1), S.72

KORKMAZ, Sezer (2000), Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Hacettepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, Cilt:18, Sayı:1

KURTSAN, Meltem (2011), Türkiye’de Kadının Konumu ve AB, (Çevrimiçi), www.toprakisveren.org.tr/2006-69-meltemkurtsan.pdf, (4.Nisan.2011).

KUTANİS, R. Ö. (2003), Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler, 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon.

LİMAN, Figen, (1993), ABD, Kanada ve İngiltere’de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli: Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, , s: 14-57.

İLTER, Berfu (2010), Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kağıder Örneği, Adalet Yayınevi, Ankara

İRMİŞ, Ayşe, Esin BARUTÇU (2012), Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini Ve İş Kurma

Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 26, Sayı: 2, S.1-2.

MUELLER, S., THOMAS, A. S. (2001), CultureandEntrepreneurialPotential: A Nine Country Study of Locus of Control andInnovativeness, Florida International University, Miami, National Academy of Management, Journal of Business Venturing, Volume 16, Issue 1, January 2001, s. 51-75.

Müftüoğlu, Mustafa Tamer. vd., (2010), Girişimcilik, Anadolu Üniversitesi A.Ö.F. (Yayın No: 824), 7. Baskı. Eskişehir

NARİN, Müslime, Akın MARŞAP, M.Ali GÜROL (2006), Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslar Arası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8/1, s. 65-78.

ÖĞÜT, Adem (2006), Türkiye’de Kadın Girişimciliğın ve Yöneticiliğın Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi.

ÖREN, Kenan; Biçkes, Mehmet (2011), Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri: Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma.

ÖZAR, Şemsa (2005), GAP Bölgesi’nde Kadın Girişimciliği, Ankara, GAP-GİDEM Yayınları, Ocak, .s.13

ÖZDEMİR, Zekai İlkay, Noyan Yalman ve Seda Bayraktar (2012), "Kadın İstihdamı ve Ekonomik Kalkınma: Geçiş Ekonomileri Örneği", **International Conference on Eurasian Economies**, ss.115-122.

ÖZKUL, Gökhan. (2007), Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(3), Ss.343-366.

ÖZTÜRK, Meryem Demet ve ARSLAN İ. Kahraman (2016), Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, WorkingPaper Series, WPS No/ 21 .

ONANÇ, Gülseren (2012), Kadının iş Yaşamına Katılımı Nasıl Artırılır? Öneriler/Talepler, Kagider-Sunum, www.kagider.org/,(5.Mart.2012)

SOYSAL, Abdullah (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi, SBF Dergisi, C:65, S:1, ss.83-114.

ŞAHİN, Esen (2006), Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

TAMBUNAN, Tulus (2008), Women Entrepreneurship Development in Asian Developing Economies, Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İkinci Uluslararası Ekonomi Kongresi Kitabı, Bişkek, Ekim 9-11.

TEKİN, Mahmut (2005), Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü; Girişimcilik, Günay Ofset, Konya, S.2.

TİTİZ, Tınaz (1996), Girişimcilik, İnkılâp Kitabevi, İstanbul, S.3.

TUNÇSİPER, Bedriye, KARAKÖY, Çağatay, KAFA, Neşe (2008), Kadın Girişimciliği, Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İkinci Uluslararası Ekonomi Kongresi Kitabı, Bişkek, Ekim 9-11.

TÜİK, 7 Mart 2017, Haber Bülteni, İstatistiklerle Kadın, Sayı: :24643

TÜİK, 15 Eylül 2017, Haber Bülteni, İşgücü İstatistikleri, Sayı:24631

ÜNAY, Fatma (2010), Kadın Girişimcilik ve Sosyal Sorumluluk, Anlayış Dergisi, Nisan, Sayı 83. (Çevrimiçi), www.anlayis.net/makaledirector.aspx, (27.Mart.2014).

YETİM, Nalan (2002), Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 2, Sayı 1.

YETİM, Nalan (2008), “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği, s.79-92

ZHAO, Fang (2005), “Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation,” International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research, 11/1: .25-41.

Zoltan, J. Acs. Morck R. K.Yeung B. (2001). Entrepreneurship, Globalization and Public Policy. Journal of International Management, Vol.7: 235-251.