

**KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN BÖLGESEL DAĞILIMININ
BELİRLENMESİNDE COĞRAFİ BİLGİ SİSTEMLERİ İLE
HARİTALANDIRMA METODUNUN KULLANIMI: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Vehbi Can ÜNLÜ

Eskişehir 2019

**KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN BÖLGESEL DAĞILIMININ
BELİRLENMESİNDE COĞRAFİ BİLGİ SİSTEMLERİ İLE
HARİTALANDIRMA METODUNUN KULLANIMI: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ**

Vehbi Can ÜNLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İşletme Anabilim Dalı

Finansman Bilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Serpil ALTINIRMAK

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Temmuz 2019

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Vehbi Can ÜNLÜ'nün "Kadın Girişimciliğinin Bölgesel Dağılımının Belirlenmesinde CBS Yönteminin Kullanımı: Eskişehir Örneği" başlıklı tezi 06 Ağustos 2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan İşletme (Finansman) Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

| | İmza |
|--|-------|
| Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Serpil ALTINIRMAK | |
| Üye : Prof.Dr.Ash AFŞAR | |
| Üye : Doç.Dr.Feride HAYIRSEVER BAŞTÜRK | |

Prof.Dr.Bülent GÜNŞOY
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN BÖLGESEL DAĞILIMININ BELİRLENMESİNDE COĞRAFİ BİLGİ SİSTEMLERİ İLE HARİTALANDIRMA METODUNUN KULLANIMI: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Vehbi Can ÜNLÜ

İşletme Anabilim Dalı

Finansman Bilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2019

Danışman: Doç. Dr. Serpil ALTINIRMAK

Kadın girişimciliğinin küresel sosyoekonomik kalkınmadaki önemi tüm dünyada bilinen bir olgudur. Özellikle 1980’li yıllara gelindiğinde liberalizmin etkisi ile birlikte Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere ve Kanada gibi ülkelerde kadın girişimciliğini geliştirmeye ve teşvik etmeye yönelik akademik ve siyasi alanda daha sonradan diğer dünya ülkelerine örnek olacak birçok araştırma, çalışma ve düzenleme yapılmıştır. O dönemden itibaren işletmelerin erkekler tarafından kurulması ve işletilmesi yönündeki algı yavaş yavaş yıkılmaya başlanmıştır. Ülkemizde ise kadının sosyal statüsünün yükseltilmesi yönündeki çalışmalar 19.YY’da başlatılmasına rağmen, modern anlamda kadın girişimciliğinin kurumsallaştırılması ve geliştirilmesi 1990’lı yılların sonuna doğru ele alınmıştır.

Bu çalışmada kadın girişimciliğinin sektörlere göre bölgesel dağılımının belirlenmesi ve literatürdeki kadın girişimciliğinin karakteristik özellikleri bağlamında incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Eskişehir ili Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçelerinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin, Coğrafi Bilgi Sistemleri aracılığıyla haritalandırma metodu kullanılarak girişimcilik haritası oluşturulmuştur. Bu bağlamda 33 sektör ele alınmış, her biri için ayrı bölgesel dağılım belirlenmiş ve kadın girişimcilerin yoğun olarak tercih ettikleri sektörler ve bölgeler tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kadın Girişimciliği, Coğrafi Bilgi Sistemleri, Girişimcilik Haritası

ABSTRACT

DETERMINING THE REGIONAL DISTRIBUTION OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP USING THE GEOGRAPHICAL INFORMATION SYSTEMS AND MAPPING METHOD: A CASE STUDY OF ESKİSEHIR

Vehbi Can Ünlü

Department of Business Administration

Programme in Finance

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, July 2019

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Serpil ALTINIRMAK

The importance of women entrepreneurship in global socioeconomic development is a well-known phenomenon all over the world. Especially in the 1980s, and influenced by liberalism, many studies, research work and regulatory changes were made both in the academic and political fields regarding the development and the support for women entrepreneurship in countries like the United States, England and Canada, a practice which later spread to other countries. From then, the perception that a business could only be established and operated by men gradually began to disappear. However, despite efforts to increase the social status of women in our country being initiated in the 19th century, the idea of institutionalization and development of women's entrepreneurship in the modern sense was considered with towards the end of the 1990s.

The aim of this study was to determine the regional distribution of women entrepreneurship by sectors and to examine the characteristic features of women entrepreneurship in **the literature**. For this purpose, an entrepreneurship map of female entrepreneurs operating in Odunpazarı and Tepebaşı central districts of Eskişehir was created using the Geographical Information Systems mapping method. In this regard, 33 sectors were considered, and a separate regional distribution was determined for each, and the sectors and regions that were generally preferred by the women entrepreneurs identified.

Keywords: Women Entrepreneurship, Geographical Information Systems,
Entrepreneurship Map

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

06/08/2019

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan "bilimsel intihal tespit programı"yla tarandığını ve hiçbir şekilde "intihal içermediğini" beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

(İmza)

Verda Can Çelik

(Öğrencinin Adı Soyadı)

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|-----|
| BAŞLIK SAYFASI | i |
| JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI..... | ii |
| ÖZET | iii |
| ABSTRACT | iv |
| ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ | v |
| İÇİNDEKİLER | vi |
| TABLolar DİZİNİ..... | ix |
| ŞEKİLLER DİZİNİ..... | x |
| GİRİŞ..... | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

| | |
|--|----|
| 1. GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ | 3 |
| 1.1. Girişimcilik Kavramı..... | 3 |
| 1.1.1. Girişim | 3 |
| 1.1.2. Girişimci..... | 4 |
| 1.1.3. Girişimcilik | 8 |
| 1.2. Girişimcilik Türleri | 8 |
| 1.2.1. Kapsam açısından girişimcilik..... | 9 |
| 1.2.2. İçerik açısından girişimcilik..... | 11 |
| 1.3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi | 16 |
| 1.3.1. Dünya’da girişimciliğin tarihsel gelişimi | 16 |
| 1.3.2. Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi | 21 |
| 1.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler..... | 22 |
| 1.4.1. Ülke altyapısı..... | 22 |
| 1.4.2. Girişimcilik altyapısı..... | 23 |

İKİNCİ BÖLÜM

| | |
|--|-----------|
| 2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ | 25 |
| 2.1. Kadın Girişimciliği Kavramı ve Kavramın Temel Özellikleri | 39 |
| 2.2. Kadın Statüsünün ve Kadın Girişimciliğinin Tarihsel Gelişimi..... | 42 |
| 2.2.1. Dünyada kadın statüsünün ve kadın girişimciliğinin tarihsel gelişimi..... | 42 |
| 2.2.2. Türkiye’de kadın statüsünün ve kadın girişimciliğinin tarihsel gelişimi..... | 44 |
| 2.3. Kadın Girişimciliğinin Önemi ve Türkiye’deki Güncel Durumu | 48 |
| 2.4. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler..... | 54 |
| 2.4.1. İtici faktörler..... | 56 |
| 2.4.2. Çekici faktörler | 58 |
| 2.5. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar..... | 60 |
| 2.5.1. Finansman sağlama gücü..... | 61 |
| 2.5.2. Kalıplaşmış kadın rolleri | 62 |
| 2.5.3. Bürokratik Engeller | 63 |
| 2.5.4. Rol çatışması | 63 |
| 2.5.5. Eğitim düzeylerinin yetersizliği | 63 |
| 2.5.6. Örgütlenme eksikliği..... | 64 |
| 2.6. Kadın Girişimci Tipleri | 64 |
| 2.7. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar | 66 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

| | |
|--|-----------|
| 3. COĞRAFI BİLGİ SİSTEMLERİ..... | 69 |
| 3.1. Coğrafi Bilgi Sistemleri Kavramı (CBS) | 69 |
| 3.1.1. CBS'nin tanımı ve bileşenleri | 69 |
| 3.1.2. CBS'nin tarihçesi ve gelişimi | 75 |
| 3.1.3. CBS'nin kullanım alanları..... | 76 |
| 3.2. QuantumGIS (QGIS) | 77 |

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

| | |
|---|------------|
| 4. ESKİŞEHİR İL MERKEZİNDEKİ KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN BÖLGESEL DAĞILIMININ BELİRLENMESİNDE CBS İLE HARİTALANDIRMA METODUNUN KULLANIMI..... | 79 |
| 4.1. Çalışmanın Amacı | 79 |
| 4.2. Çalışmanın Sınırlılıkları | 79 |
| 4.3. Veri Seti | 80 |
| 4.4. Metodoloji..... | 80 |
| SONUÇ | 114 |
| KAYNAKÇA | 116 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 124 |

TABLolar DİZİNİ

| | <u>Sayfa</u> |
|--|---------------------|
| Tablo 1.1. Girişimciliğin tanımı ve temel özellikleri | 7 |
| Tablo 1.2. Sosyal girişimciliğin tanımı kişisel özellikleri | 14 |
| Tablo 2.1. Kadınları girişimci olma nedenleri | 55 |
| Tablo 2.2. Kadın ve erkek girişimcilerin karşılaştırılması | 68 |
| Tablo 3.1. CBS'nin tarihsel gelişimi | 75 |

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

| | |
|--|-----|
| Şekil 3.1. Bilgi sistemleri konumsal sınıflandırması | 70 |
| Şekil 3.2. Katman mantığı ile çalışan CBS modeli | 71 |
| Şekil 3.3. CBS'nin bileşenleri | 73 |
| Şekil 4.1. Akaryakıt ürünleri ve LPG ticareti | 81 |
| Şekil 4.2. Bankacılık ve sigorta hizmetleri | 82 |
| Şekil 4.3. Dayanıklı tüketim malları ticareti | 83 |
| Şekil 4.4. Dış ticaret, danışmanlık, müşavirlik ve kiralama hizmetleri | 84 |
| Şekil 4.5. Doğalgaz kurulum ve ticareti, hafriyat ve tesisat hizmetleri | 85 |
| Şekil 4.6. Eğitim ve rehabilitasyon hizmetleri | 86 |
| Şekil 4.7. Enerji ticareti ve kurulumu, otomasyon, dönüşüm ve servis ve onarım hizmetleri .. | 87 |
| Şekil 4.8. Gelinlik ve mefruşat ticareti | 88 |
| Şekil 4.9. Perakende gıda sektörü | 89 |
| Şekil 4.10. Toptan gıda sektörü | 90 |
| Şekil 4.11. Hayvansal ürünler imalatı ve ticareti | 91 |
| Şekil 4.12. Hırdavat ve el aletleri ticareti | 92 |
| Şekil 4.13. İnşaat malzemeleri ticareti | 93 |
| Şekil 4.14. Kırtasiye, yazılım, matbaa, reklam ve fotoğrafçılık | 94 |
| Şekil 4.15. Konaklama hizmetleri | 95 |
| Şekil 4.16. Konfeksiyon ve deri ürünleri imalatı ve ticareti | 96 |
| Şekil 4.17. Kültür, sanat, eğlence ve spor | 97 |
| Şekil 4.18. Madencilik sektörü | 98 |
| Şekil 4.19. Makine ve yedek parça imalatı | 99 |
| Şekil 4.20. Metalden mamul ürünleri imalatı | 100 |
| Şekil 4.21. Mobilya ürünleri ve kereste imalatı | 101 |
| Şekil 4.22. Plastik ve kimyasal ürünler imalatı ve ticareti | 102 |
| Şekil 4.23. Sağlık hizmetleri sektörü | 103 |

| | <u>Sayfa</u> |
|---|---------------------|
| Şekil 4.24. Sarraf, optik ve hediyelik ürünler ticareti | 104 |
| Şekil 4.25. Taahhütlü inşaat işleri | 105 |
| Şekil 4.26. Tabldot, kantin ve hazır yemek | 106 |
| Şekil 4.27. Tarım, orman ve hayvancılık | 107 |
| Şekil 4.28. Telekomünikasyon ve bilişim sektörü | 108 |
| Şekil 4.29. Temizlik sektörü | 109 |
| Şekil 4.30. Unlu mamuller imalatı ve ticareti | 110 |
| Şekil 4.31. Yapı tamamlayıcı işler ve malzemeler ticareti | 111 |
| Şekil 4.32. Yapı kooperatifi işletmeleri | 112 |
| Şekil 4.33. Yük ve kargo taşımacılığı sektörü | 113 |
| Grafik 2.1. 2010-2018 yılları arasında Türkiye’de en az bir kadın girişimci/kurucu tarafından başlatılan girişimler | 50 |
| Grafik 2.2. 2010-2018 yılları arasında Türkiye’deki kadın girişimciliği oranlarının dünya ortalaması ile kıyaslanması | 51 |
| Grafik 2.3. 2010-2018 yılları arasında yeni girişimlere yapılan toplam yatırımlar içerisinde kadın girişimlerinin payı | 52 |
| Grafik 2.4. Kadın girişimcilerin faaliyetleri için en çok tercih ettiği sektörler/alanlar | 53 |

GİRİŞ

Emek, sermaye ve doğal kaynaklarla birlikte üretim faktörlerinin vazgeçilmez bir bileşeni olan girişim ve girişimcilik kavramları küresel finansal sistemin vazgeçilmez unsurlarıdır. Girişimciliğin bu denli önemli ve itici bir güç olarak görülmesindeki temel sebep muhakkak ki hem makroekonomik hem de bölgesel bazda olan faydalarından kaynaklanmaktadır.

Kadın girişimciliği ise birçok toplumda ve farklı yazında girişimcilik genel başlığı altında bir alt sınıflandırma olarak görülmektedir. Bununla birlikte popülaritesinin artmaya başladığı 1990'lı yılların başlarında kadın girişimciliğinin bir amaç mı yoksa araç mı olduğu konusu yoğun bir şekilde tartışılmış, ele alınan farklı disiplinler tarafından farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Sonuç her ne olursa olsun, kadın girişimciliğinin küresel finansal sisteme olan katkıları yadsınamaz boyutlardadır. Ekonomik açıdan istihdam ve katma değer artışı sağlaması, sosyal açıdan ise kadınların toplumdaki statülerini geliştirmesi hem bölgesel hem de küresel etkilerinden yalnızca bazılarıdır.

Bu bağlamda bu çalışmada kadın girişimciliğinin gelişimine katkıda bulunmak amaçlanmış ve bu amaç doğrultusunda çağımızın en büyük teknolojilerinden ve en etkili bilgi sistemlerinden birisi olan Coğrafi Bilgi Sistemleri'nden faydalanılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde girişimciliğin kavramsal çerçevesi ele alınmış girişimciliğin ülkemizdeki ve dünyadaki tarihsel gelişimi incelenmiş, girişimcilik türleri açıklanmış ve girişimciliği etkileyen faktörler ile birlikte okuyucuya sunulmuştur.

İkinci bölümde ise çalışmanın ana konusu olan kadın girişimciliği tüm ayrıntılarıyla ele alınmıştır. Kadın girişimciliği ile ilgili literatür bu bölümde incelenmiş, dünyada ve Türkiye'de bu alanda yapılmış çeşitli çalışmalar sunulmuştur. Kavramın temel özellikleri sunulmuş, dünyadaki ve Türkiye'deki tarihsel gelişiminin incelenmesi ile birlikte yine Türkiye'deki güncel durumu sayısal istatistiklerle ortaya konulmuştur. Ayrıca bu alanda üzerinde en çok durulan konulardan birisi olan kadın girişimcilerin karşılaştığı zorluklar ve kadın ve erkek girişimcileri birbirlerinden farklı kılan özellikler bu bölümde ele alınmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Coğrafi Bilgi Sistemleri tanıtılmış, teorik altyapısı gelişim tarihi, sistemin unsurları ve uygulama alanları hakkında bilgiler verilmiştir. Bu çalışmada kullanılan ve açık kaynak kodlu bir coğrafi bilgi sistemi yazılımı olan QuantumGIS yine çalışmanın bu bölümünde tanıtılmıştır.

Temel uygulama çalışmanın dördüncü bölümünde yapılmıştır. Çalışmanın amacı ve sınırlılıkları açıklanmış, veri seti sunulmuştur. Uygulama ile birlikte haritalandırma metodu kullanılmış, işlenen veriler QuantumGIS yazılımı ile haritalandırılarak sektörlere göre ayrılmış ve açıklamalarıyla birlikte sunulmuştur.

Çalışmanın son bölümünde ise elde edilen sonuçlar sunulmuş ve çalışmanın amaçları doğrultusunda irdelenerek aktarılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Girişimcilik Kavramı

1.1.1. Girişim

İnsanoğlu yaşamak, var olmak için her daim bir takım şeylere ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyaçları temelde, zorunlu ihtiyaçlar ve zorunlu olmayan ihtiyaçlar olarak sınıflandırmak mümkün görünse de bu sınıflandırma insanların yaşam koşulları yaşadıkları bölgenin özel durumları, yaş, cinsiyet vb. farklılıklar yüzünden her durumda anlamlı olmayabilir. Örneğin Kutup Bölgesi'nde yaşayan insanlar için ısınma zorunlu bir ihtiyaçken, Kuzey Afrika Bölgesi'nde yaşayan insanlar için bunun zorunlu bir ihtiyaç olduğunu söylememiz mümkün değildir.

İhtiyaç kavramı iktisadî açıdan incelendiğinde, ihtiyaçların sonsuz olduğu ve bu durumun insanoğlunun varlığı kadar eski olduğu görülmektedir. Tarihsel süreç içerisinde insanoğlu gerek yaşamını sürdürebilmek gerekse de yaşam kalitesini arttırmak adına ihtiyaçlarını karşılama, temin etme eğiliminde olmuştur. Tam da bu noktada insanlar başkalarının ihtiyaçlarını temin ederek kendilerine bu yolla kazanç sağlama çabasına girmişlerdir. Bu durum aslında bildiğimiz anlamda ticaret gibi görünse de çok daha derin ve karmaşık bir yapıyı ifade etmektedir.

Kaba taş, yontma taş, cilalı taş devirleri ve ardından demirin icadına kadar olan çağlar, insanoğlunun girişimcilik ruhu ve risk alması sayesinde ortaya koyduğu yenilikler ile şekillenmiştir. Bu açıdan bakıldığında insanoğlunun tarihin her döneminde girişimcilik faaliyetinde bulunduğu görülmektedir (Durukan, 2006, s.26).

“Girişim” kelimesi Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre “Bir işe girişme, teşebbüs” şeklinde tanımlanmaktadır. Günlük hayatta girişim; “Bir işi yapmak için harekete geçme başlama, durumunu ifade etmektedir. Ekonomik hayatta ise bu kelimenin ifade ettiği anlam birçok farklı araştırmacının ve yazarın çalışmalarında tanımlanmış olmakla beraber, genel olarak somut açıdan ticari faaliyetleri gerçekleştirmek için kurulan ekonomik amaçlı birimleri ifade etmektedir (Ulucan, 2015, s.3).

Girişim kavramı her ne kadar farklı açılardan farklı disiplinlerce ele alınırsa alınsın bu kavramın kazanç sağlamak, riske girmek, yeni fırsatlar peşinde koşmak ve bu fırsatları değerlendirebilmek için harekete geçmek gibi belli başlı özellikleri ve amaçları vardır. Bu özellikleri şu şekilde özetleyebiliriz (Küçük, 2015'den aktaran Marangoz, 2018, s.41);

- Girişimin amacı kazanç veya yarar sağlamaktır.
- Girişim, ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir, alır veya fon sağlar. Bu nitelik girişim olmanın zorunlu unsurudur.
- Girişimin üç temel işlevi üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli fonların sağlanması veya finansmanıdır.
- Girişim hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim sahiplerinden ayrı bir kişiliğe sahiptir. Çalışmalarını bu kişilik altında yürütür, haklara sahip olur ve sorumluluk üstlenir.
- Girişim finansal bir birimdir. Girişimin kendisine ilişkin varlıkları ve bunları karşılayacağı öz ve yabancı kaynakları bulunur.
- Girişim insan ve materyalden oluşan bir örgüttür ve bu örgüt devamlılık gösterir.

1.1.2. Girişimci

Girişimci olarak nitelendirdiğimiz kişi veya kurumları basitçe girişim işini üstlenen özne olarak tanımlayabiliriz. Bunun ötesinde literatüre bakıldığında girişimci için aynı girişim kavramında olduğu gibi birçok farklı tanım bulmamız mümkündür. Bu çeşitliliğin temel sebebi ise girişim, girişimci ve girişimciliğin küresel terimler olması ve yüzlerce yıldır var olan tüm toplumlarda, bu toplumların kültürlerinden, teknolojik gelişmelerinden beslenerek bugünkü hallerine ulaşmış olmalarıdır. Bununla birlikte girişimcilik neredeyse tüm disiplinler tarafından incelenmiş, halen incelenmekte ve geliştirilmektedir.

Girişimci terimi ilk olarak 17. yüzyılda Fransız askeri terminolojisinde kullanılmıştır. Bu kelime uzun askeri yolculuklara rehberlik etmeyi üstlenen kişileri ifade etmek için kullanılmıştır. İktisat literatüründe ve iş dünyasında ise ilk defa 18. yüzyılın başında, Fransa'da yaşayan İrlanda asıllı ekonomist ve bankacı Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır (Marangoz, 2018, s.40). Ünlü düşünür ve bilim insanının

kavramın ekonomik anlamını ve girişimcinin ekonomideki rolünü anlatan “Essai Sur La Nature du Commerce en Général” adlı çalışması 1755 yılında ölümünden sonra yayınlanmıştır (Er, 2012, s.9). Cantillon’dan sonra bu kavramı en geniş çapta ele alan ve bugün kullandığımız anlama kavuşturan John Baptiste Say’dır. Say iktisadî gelişmeyi girişimci faaliyetinin sonucu olarak görmüştür (Er, 2012, s.16). Say’a göre girişimci kavramı (Aytaç, 2006, s.141); “Bütün üretim faktörlerini bir araya getirerek kıymetli olduğu düşünülen bir malı üreten ve elde edeceği kâr için riski göze alan kişidir.”

Girişimci kişi her şeyden önce bir insandır ve bir insan olarak yaşadığı sosyo-ekonomik çevrenin bir parçasıdır. Bununla birlikte bu kişileri toplumun geri kalanından ayıran bazı özellikler bulunmaktadır. Bu özellikleri tanımlayabilmek adına araştırmacılar ve bilim insanları “Kim başarılı bir girişimci olabilir? Başarılı girişimcilerin ortak özellikleri var mıdır? Var ise bunlar nelerdir?” sorularına yanıt aramışlardır. Bu süreçte incelenen girişimcilerin eğitim durumları ve tecrübeleri farklılık göstermektedir fakat bazı temel kişisel özelliklerin ortak olduğu anlaşılmıştır.¹

- Yaratıcılık; iş yapmak için yeni ürünlerin, servislerin ya da yolların geliştirilmesini sağlayan kıvılcımdır. Yeniliğin ve gelişmenin itici gücüdür. Kalıp yargıların dışından bakarak düşünmek, sürekli öğrenmek ve sorgulamaktır.
- Kendini adama; bir girişimciyi, özellikle başlangıç aşamasında, başarılı olabilmesi için, haftanın 7 günü günde 12 saatten fazla olabilecek kadar çok çalışması için motive eden güdüdür. Başarılı olabilmek için çok çalışmaya planlama ve fikir üretmenin de katılması gerekmektedir.
- Kararlılık; başarıya ulaşmak için duyulan normalin üzerinde güçlü bir arzudur. Aynı zamanda istikrar ve zor zamanlardan sonra yeniden kendini toplama becerisini içerir. Gerçek bir girişimci için para motivasyon kaynağı değildir. Başarı, motive eden temel faktördür, para ise bunun ödülüdür.

¹ https://china.usembassy-china.org.cn/wpcontent/uploads/sites/252/2016/12/principles_of_entrepreneurship_.pdf
(Erişim Tarihi: 12.12.2018)

- Esneklik; değişen pazar ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde cevap verebilme yeteneğidir. Bir hayale sadık kalırken aynı zamanda piyasa gerçekliğinin de farkında olmaktır.
- Liderlik; kurallar yaratmak ve hedefler oluşturmaktır. Kurallara uyulacağını ve başarıya ulaşılacağını görerek hareket etme kapasitesidir.
- Tutku; bir girişimciye ilk adımı atmasını sağlayan faktördür. Girişimciye kendi vizyonuna inanmaları için başkalarını ikna etme gücü verir.
- Kendine güven; belirsizliği ve risk seviyesini azaltan planlar sayesinde gelişir. Uzmanlığın da kendine güvenin oluşmasında katkısı vardır.

Bu kişisel özellikler ile birlikte pek çok çalışmaya konu olmuş bir diğer faktör (belki de en önemlisi) girişimcilik ruhudur. Bu soyut kavram, katma değer yaratan faaliyetlerde bulunma ve bunun sonucunda zenginlik yaratma misyonunu üstlenmeyi sağlayan bir tetikleyici olarak görülebilir. Bu bağlamda incelendięinde²;

- Girişimci bir başlangıçtır. Bir girişimi başlatan, yeni bir işi, faaliyeti hayata geçiren kişidir. Yeni bir fikrin sahibi olan, yeni fikrin sahibi olmasa da onu gerçeğe dönüştürmeye karar veren kişidir.
- Girişimci bir sürücüdür. Liderlik etmesi gereken ve sorumlu olan kişidir. Basit bir metaforla açıklamak gerekirse, girişimci sürücü koltuğuna oturan ilerleme, yön değiştirme, hızlanma, yavaşlama ve hatta durma kararlarını veren kişidir.
- Girişimci hesap verebilir ve sorumlu olan kişidir. Girişimci yeni bir işi, fikir ve girişimin kaderinden en st düzeyde sorumlu olan kişidir. Bu girişimin tüm faaliyetleriyle ilgili başından sonuna kadar tüm evrelerde kendisine yakın çevresine ve ülkesine karşi şeffaf ve hesap verebilir olmalıdır.

İktisat literatürü incelendiğinde girişimci kişiye tanımlayan birçok araştırmacı akademisyen ve bilim insanı olduğu görülmektedir. Bu tanımlar, yapıldıkları dönemin

² <https://www.entrepreneur.com/article/245628> (Erişim Tarihi: 12.12.2018)

iktisadî yaşamının izlerini taşımakla birlikte, girişimci kişilerin genel kabul görmüş özelliklerini yansıtmaktadırlar.

Tablo 1.1. Girişimciliğin Tanımı ve Temel Özellikleri

| Kaynak | Tanım | Temel Özellikler |
|----------------------------|---|---|
| Schumpeter (1934) | Piyasa içinde girişimsel değişimi sağlayan bir yenilikçidir. Piyasanın manifestoları ise; 1. Yeni bir ürün üretmek 2. Yeni üretim metotları geliştirmek 3. Yeni piyasalara açılma 4. Yeni tedarik kaynaklarını kullanma 5. Yeni bir organizasyon oluşturma | • Yenilikçi |
| McClelland (1961) | Girişimci başarıma arzusu yüksek olan kişidir. Bu başarıma arzusu doğrudan girişimin başarısı ile ilgilidir. Girişimci aynı zamanda orta seviye risk alıcıdır. | • Başarılı • Risk Taşıyıcı • Kendini Adamış |
| Shapero (1975) | Girişimci inisiyatif alır, sosyal ve ekonomik mekanizmaları düzenler ve başarısızlık riskini kabul eder. | • Organizatör • İnisiyatif Alan |
| Kirzner (1978) | Girişimci piyasa fırsatlarını belirler ve harekete geçer. Girişimci aslında arbitrajcıdır. | • Arbitrajcı |
| Carland vd. (1984) | Girişimci yenilikçi düşünce sistemini benimsemiş ve buna göre davranan ve işinde stratejik yönetim esaslarını uygulayan kişidir. | • Stratejik Düşünen |
| Kao ve Stevenson (1985) | Girişimci iş fırsatlarını değerlendirerek değer yaratma girişiminde bulunan kişidir. | • Değer Yaratıcı • Fırsatların farkında olan |
| Timmons ve Spinelli (2008) | Girişimcilik; girişimsel düşünme, nedenleri algılama ve duruma göre hareket etme biçimidir. Fırsatları bütünsel olarak değerlendirme ve dengeli liderlik yaklaşımıdır. | • Lider • Bütünsel • İnatçı • Kendini Adamış |

Kaynak: Abu-Saifan, 2012.

1.1.3. Girişimcilik

Girişimcilik bir kavram olarak ilk kez tanımlandığı 1700’lü yıllardan bu yana önemli bir gelişim ve değişim süreci geçirmiş ve dinamik yapısı itibarıyla de sürekli kendini yenilemektedir. Bununla birlikte gelişmekte olan toplumlara bakıldığında, girişimcilik halen kendi işini kurmak, işletmek olarak görülmektedir. Ekonomistlerin büyük çoğunluğu girişimciliği, önemli ölçüde kar sağlamak adına katlanılan yeni girişim riski olarak görmekte ve tanımlamalarını bu temelde oluşturmaktadır. Diğerleri ise bu temel unsurlara ek olarak girişimin yenilikçilik, yaratıcılık ve bunların pazarlanması şeklinde olması gerektiğini vurgulamaktadır.

20.yy’da Joseph Schumpeter (1883-1950) girişimlerde yenilik ve gelişimin ne kadar büyük bir değişiklik yarattığına odaklanmış ve girişimciliği “yaratıcı yıkımın” gücü olarak görmüştür. Bu açıdan incelendiğinde girişimci sürekli bir yenilik süreci içinde olan eskiyi terk edip daha etkin yeni yöntemleri devreye sokan, bu sayede eski endüstrileri modası geçmiş kılmaya yardımcı olan kişi olarak tanımlanabilmektedir. Schumpeter bu kişilerin ekonomik büyümenin en önemli aktörleri olduğunu iddia etmiştir (Durukan, 2006, s.28).

Bilim insanı ve işletme yönetimi uzmanı Peter F. Drucker (1909-2005) girişimciyi değişim arayan, değişime cevap veren ve onu bir fırsat olarak değerlendiren kişi ya da kişiler olarak tanımlamıştır. İletişim araçlarının teknolojiyle birlikte gelişimi ve değişimi bu duruma örnek gösterilebilir. Sosyal medya uygulamalarıyla birlikte standart iletişim/haber alma bambaşka bir şekle bürünmüştür.

Günümüzde konuyla ilgilenen ekonomistler, bilim insanları ve yazarlar girişimciliğin tüm toplumlarda ekonomik büyüme ve istihdam fırsatlarını teşvik etmek için gerekli bir bileşen olduğu konusunda hemfikirdir. Girişimcilikle ilgili yapılan sayısız tanım ve çalışma, konunun önemine yapılmış atıflar olarak değerlendirilmelidir.

1.2. Girişimcilik Türleri

Literatür incelendiğinde, girişimciliği farklı boyutlardan ve açılardan ele alabilmek için bazı alt özelliklere dayanarak farklı sınıflandırmalar oluşturulmuştur. Bunlar temelde;

- İşletmenin sahipliği
- İşletmenin faaliyet alanı ve türü (üretim ya da alım satım/kamu ya da özel sektör)

- İşletmenin organize olma şekli
- Girişimin orijinalliği
- Girişimcinin cinsiyeti
- İşletmenin kullandığı teknolojiye bağlı sınıflandırmalardır.

Ayrıca düşünsel, durumsal, eylemsel ve organize olma biçimlerine göre de sınıflandırma yapmak mümkündür (Marangoz, 2018, s.71). Bu çalışmada girişimcilik kapsam ve içerik olarak iki ayrı sınıfta incelenecektir.

1.2.1. Kapsam açısından girişimcilik

Kapsam açısından girişimcilik, dış girişimcilik ve iç girişimcilik olarak iki başlık altında incelenecektir.

1.2.1.1. Dış (genel) girişimcilik

Yeni bir işletmenin ya da toplumsal fayda üreten yeni bir organizasyonun kurulmasına dış girişimcilik, genel girişimcilik ya da başlangıç girişimciliği denilmektedir (Ürper vd., 2010, s.8). Kişilerin kendi hayal güçleri, yaratıcılık ve fikirleri bağlamında piyasa fırsatlarını değerlendirmek suretiyle sıfırdan başlayıp kurdukları girişimlerdir (Ulucan, 2015, s.24). Bu tip girişimcilikte önemli olan nokta girişimin başlatılması, doğuşudur. Bu nokta da girişimin (organizasyon/işletme) doğumu ne kadar sağlıklı olursa, büyüme ve gelişme dönemleri de sağlıklı olacaktır. Gelişmemiş ya da az gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, girişimin yalnızca başlangıç/doğuş safhasına odaklanmak ilerleyen süreçte farklı problemler ortaya çıkmasına sebep olacaktır.

1.2.1.2. İç girişimcilik

Girişimciliği kapsam açısından sınıflandırdığımızda karşımıza çıkan ikinci girişimcilik türü iç girişimciliktir. İç girişimcilik (intrapreneurship); kurulmuş ve yaşayan bir işletmenin sınırları içindeki tüm alanlarda yeni üründe/hizmette, yönetimde pazarlamada, satın almada, üretimde, satışta ve bunların fonksiyonlarında yapılan yeniliklerin ticari hale gelme çabaları ve sonuçlarıdır (Ürper vd., 2010, s.9). İşletmenin herhangi bir pozisyonunda istihdam edilmekte olan ve bu süreci başlatan ya da katkıda bulunan kişiye ise iş girişimci denilmektedir.

Girişimciliğin bir alt türü olarak karşımıza çıkan i girişimcilik kavramı, işletme içi girişimcileri tasvir ederken aynı zamanda kendi karakteristiğine sahip yeni bir alanın ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Kurum içinde çalışanların, yenilikçi ve yaratıcı yönlerini ortaya çıkartmaya yönelik fırsatlar tanımak ve bunu kurum kültürüne yerleştirerek bu sistemin sürdürülebilirliğini sağlamak i girişimciliği teşvik edecektir. Literatür incelendiğinde görülmektedir ki, i girişimcilik düzeyi yüksek işletmelerin gelişme ve sürdürülebilirlik potansiyelleri diğer işletmelerle karşılaştırıldığında daha yüksektir.

İ girişimcilik oranı yüksek işletmelerde çalışanlar, girişimciliğin ihtiyaç duyduğu karakteristik özellikleri tecrübe ile kazanarak, şartlar uygun olduğunda kendi işletmelerini kurmayı, yeni girişimlerde bulunmayı istemektedirler. Bu durum tecrübeli girişimciler ortaya çıkararak dolaylı yoldan ülke ekonomisine ve istihdama etki etmektedir.

Günümüzde i girişimciliğin işletmeler açısından oldukça önemli olmasının temel nedeni, işletmeleri ekonomik büyüme ve karlılık bakımından canlandırması performanslarını iyileştirmesi ve yeni yatırım alanları oluşturmasıdır.

Kendi işletmelerini kuran ya da kendi girişimini başlatan bir genel girişimci ile i girişimci arasında belli başlı benzerlik ve farklılıklar vardır. Benzer zellikleri incelendiğinde bunların yenilikçi, yaratıcı, fırsatları görebilen ve değerlendirmek isteyen risk almaya istekli oldukları görülmektedir ki aslında bunlar girişimcilerin temel özellikleridir. Farklı yönleri ise şu şekilde sıralanabilir (rper vd., 2010, s.9);

- İ girişimci fon sağlama konusunda diğer girişimciye göre daha rahattır.
- İki de risk alır ancak i girişimcinin riski kariyeri ve istihdam ile ilgilidir.
- İ girişimci şirketteki engellerle karşılaşır ve üstesinden gelmeye çalışır. Diğer girişimci ise pazarda karşılaştığı engellerle uğraşır.
- İ girişimci güçlendirmek diğer girişimci ise geliştirmek için çalışır.

1.2.2. İçerik açısından girişimcilik

İçerik açısından girişimcilik, ekonomik (ticari) girişimcilik ve sosyal girişimcilik olarak iki başlık altında incelenecektir.

1.2.2.1. Ekonomik (ticari) girişimcilik

Ekonomik ya da ticari girişimcilik sahibine kâr, müşterisine katma değer sağlayan bunu da ürettiği ürün ve hizmetle yapan girişimcilik türüdür. Kâr, girişimin ana amacı ve de en büyük getirisi olarak görülür. Girişimin başarı ölçüsü yine girişimin kârlılığı olacaktır. Bununla birlikte ekonomik girişimcilik en yaygın olan girişimcilik türüdür (Ürper vd., 2010, s.10).

Ekonomik girişimciliğin temelinde tüketicinin/müşterinin ihtiyaçlarına göre şekillenen yani talep odaklı ürün/hizmet üretimi vardır. Tüm süreç ele alınarak incelendiğinde görülmektedir ki belli başlı özelliklere göre sınıflandırılmış girişimciliğin alt türleri arasında ortak noktalar farklılıklardan çok daha fazladır. Diğer yandan ürün ve hizmet üretimi ve pazarlaması dışında işletmenin çeşitli işlevlerinde ve süreçlerinde yapılan yeniliklerle ortaya çıkan kâr arttırıcı faaliyetleri de bu tür girişimcilik içeriğinde anlamak gerekmektedir. İktisadi teoride dört üretim faktöründen birisi olan girişimciliğin faktör getirisi de kâr olarak belirtilmiştir. (Ürper vd., 2010, s.10).

1.2.2.2. Sosyal girişimcilik

Girişimciler temelde hep kâr amacı güden kişi ya da kurumlar olarak algılanmışlardır ve bu durum bir noktaya kadar da oldukça doğru bir tespittir. Fakat girişimcilik yalnızca ticari alanda değil sosyal alanda da geniş çaplı ve oldukça başarılı uygulamalara sahiptir. Bunun en iyi örneklerinden biri olan sosyal girişimcilik, girişimciliğin diğer tüm alt türlerine nazaran daha yenidir.

Sosyal girişimcilik en basit haliyle, sosyal sorunlara çözümler bulmak amacıyla iş yapmaktır. Bu haliyle ele alındığında ticari girişimcilikten en büyük farkı getirisinin sosyal fayda olmasıdır. Daha geniş bir açıdan sosyal girişimcilik; başlangıç şirketlerinin (start – up), bireysel ve kurumsal girişimcilerin sosyal, kültürel veya çevresel sorunlara çözümler üretmek adına fon sağlamak veya yardım organizasyonları oluşturmak şeklinde ortaya koydukları faaliyetlerdir. Sosyal girişimciyi diğer girişimcilerden ayıran bazı faktörler vardır, bunlar (Abu-Saifan, 2012, s.25):

- Misyon: Sosyal girişimciler görev odaklıdır. Kendilerini, hizmet alanlara sosyal bir değer sağlama görevine adanmışlardır.
- Girişimci: Sosyal girişimci temelde girişimci özellikleri sergiler. Sosyal girişimcileri diğer girişimcilerden ayıran en büyük fark kâr maksimizasyonu yerine sosyal faydaya odaklanmalarıdır.
- Girişimci kuruluşlar: Sosyal girişimciliği benimseyen kuruluşlar güçlü yenilik ve açıklık kültürüne sahip organizasyonlardır.
- Finansal açıdan bağımsız kuruluşlar: Gelir getiren stratejiler planlamak ve uygulamaya koymak. Sosyal girişimciler amaçlanan sosyal değeri yaratmak için finansal olarak kendi kendine yeterliliği sağlamayı amaçlamaktadırlar. Kendi kendine yeterlilik ve sürdürülebilirlik sağlamak için sosyal ve kâr odaklı faaliyetleri harmanlayarak bağışlar ve devlet finansmanına bağımlılığı azaltmakta ve amaçlanan sosyal değer hizmetini genişletebilmektedirler.

Ticari girişimci için kârın sürdürülebilirliği sosyal girişimci için ise sosyal dönüşümün sürdürülebilirliği önem arz etmektedir. Yine ticari girişimcilikte olduğu gibi sosyal girişimcilikte de inovasyon ön plandadır. Ancak sosyal dönüşümü sağlayan bu inovasyonun patenti yoktur. Hatta taklidin yaygınlaşması istenmektedir. Ne kadar çok taklit edilirse, başka yerde uygulanması sağlanırsa toplumsal sorunlara o kadar fazla çözüm üretilir (Ürper vd., 2010, s.11).

Sosyal girişimciliğin terim olarak kullanımı günden güne hızlı bir şekilde artmasına rağmen genel girişimciliğe kıyasla başlangıç aşamasında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte sosyal girişimciliğin tanımı, hedefleri ve hedeflerine ulaşmada kullandıkları metotların kesin bir şekilde sınırları çizilmemiştir. Literatür incelendiğinde görülmektedir ki bilim insanları ve konuyla ilgilenen diğer kişiler sosyal girişimciliği henüz girişimcilik teorisi ile ilişkilendirememişlerdir (Abu-Saifan, 2012, s.24).

Özellikle 2000’li yılların başından itibaren bilim insanları ve akademisyenler hangi bireylerin veya kuruluşların sosyal girişimci olarak kabul edilebileceklerini tartışmışlardır. Sosyal girişimciliğin tanımının henüz kesin bir şekilde sınırlarının çizilememiş olmasının en önemli sebebi, sosyal girişimciliğin kâr amacı gütmeyen

işletmelerden hayırsever işleri ticari faaliyetlerle birleştiren hibrit modellere kadar pek çok alan, disiplin ve organizasyonla ilişkili olmasdır. Öyle ki hayırseverler, sosyal yardım kuruluşları, aktivistler ve çevreciler çoğu zaman sosyal girişimci olarak görölmüşlerdir. Bu nedenle kimin ya da hangi kuruluşun sosyal girişimci olduğunu belirlemek zor görünmektedir. Sosyal girişimcilik için daha net bir tanım oluşturmak adına sosyal girişimciliğin işlevini, diğer gönüllü yardım faaliyetlerinde bulunan kişi ve kurumlardan ve marka geliştirmeye yönelik sosyal projeler uygulayan kuruluşlardan ayırarak belirlemek gerekmektedir. Bununla ilgili birkaç farklı görüş bulunmaktadır. Bunlardan ilki sosyal girişimcilik faaliyetinde bulunan kişi ve kurumlar arasından bağış ve yardımlardan elde edilen gelir yerine kazanılmış gelire (mal ve hizmet için ödeme yapan tüketicilerden elde edilen gelir) sahip olanları sosyal girişimci olarak nitelendirmek gerektiğini belirten görüştür. Bir diğer görüş ise bu faaliyetleri devletle ya da devletlerle sözleşmeli bir şekilde yapanları da sosyal girişimci olarak tanımlamaktadır. Sonuncusu ise sosyal yardım projelerinde bulunan ticari girişimcilerin faaliyetlerinin de sosyal girişimcilik olarak kabul edilmesi gerektiğini savunan görüştür.

Sosyal girişimcilik kavramı da aynı girişimcilik kavramında olduğu gibi birden fazla bilim insanı, akademisyen ve yazar tarafından farklı bakış açılarıyla tanımlanmaya çalışılmıştır. Bu tanımlar Tablo 1.2’de derlenmiştir (Abu-Saifan, 2012, s.24).

Tablo 1.2. Sosyal Girişimciliğin Tanımı ve Kişisel Özellikleri

| Kaynak | Tanım | Temel Özellikler |
|---------------------|---|---|
| Leadbeater (1997) | Sosyal girişimci; girişimsel yenilikçi ve değişim getiren kişi olmasının yanı sıra lider, yönetici vizyoner ve hayalperesttir. Sosyal bir problemi tanımlar ve sosyal değişim için gerekli olan girişimi organize eder ve başlatırlar | <ul style="list-style-type: none">• Yönetici• Lider |
| Bornstein (1998) | Sosyal girişimci, güçlü, yeni fikirlerini, dünya sorunlarını çözme de kullandığı yaratıcılığı ve etik bakış açısını birleştirerek sosyal değişim adına faaliyetlerde bulunan kişi ya da kişilerdir. | <ul style="list-style-type: none">• Görev lideri• Kararlı |
| Dees (1998) | Sosyal girişimciler sosyal alanda değişim görevini yerine getiren değişim ajanlarıdır. Bu kişiler: <ul style="list-style-type: none">• Sosyal değer yaratmayı ve bunu sürdürmeyi kendilerine amaç edinmişlerdir.• Bu amaca hizmet edebilecek fırsatları takip eder, tanımlar ve değerlendirirler.• Sürekli bir yenilik, uyum ve öğrenme süreci içindedirler.• Ellerindeki kaynakları sınırlamadan cesurca hareket ederler.• Geçerli sonuçlar elde edebilmek adına faaliyetlerinde aşırı sorumluluk sergilerler. | <ul style="list-style-type: none">• Değişim ajanı• Sorumluluk sahibi• Kendini adanmış• Sosyal açıdan uyarılmış |
| Thompson vd. (2000) | Sosyal girişimciler, devletin refah sisteminin yeterli olmadığı ya da olmadığı durumlarda karşılanması gereken ihtiyaçları karşılamak adına fırsatları kovalayan ve gerekli kaynakları (genellikle duyarlı insanları, bağışçıları ve finansmanı) bir araya getirerek bunları bir fark yaratmak için kullanan kişilerdir. | <ul style="list-style-type: none">• Duygu yüklü• Sosyal değer yaratıcı |
| Zahra vd. (2008) | Sosyal girişimci, sosyal refahı arttırmak ve geliştirmek adına yenilikçi bir şekilde fırsatları keşfeden, tanımlayan ve onları değerlendirmek adına girişimde bulunan yahut hali hazırda var olan organizasyonları yöneten kişilerdir. | <ul style="list-style-type: none">• Yenilikçi• İnisiyatif alan |
| Brinckerhoff (2009) | Sosyal girişimci, organizasyonunun hizmet ettiği kişiler adına kabul edilebilir derecede risk alan kişidir. | <ul style="list-style-type: none">• Görüş lideri |

Kaynak: Abu – Saifan, 2012.

Abu – Saifan (2012) “Sosyal Girişimciliğin Tanımı ve Sınırları” adlı çalışmasında sosyal girişimcilerin iki farklı iş stratejisinin sınırları içerisinde faaliyet gösterdiğini belirtmiştir. Bunlar (Abu – Saifan, 2012, s.26-27);

1. Kâr amacı gütmeyen gelir sağlayan stratejiler: Finansal anlamda kendi kendine yeterliliği ve sürdürülebilirliği sağlamak adına hem sosyal hem de ticari girişimci şeklinde hareket eden karma yapılardır. Elde edilen gelir sosyal değerler yaratmak adına yeni projelerin finansmanında kullanılmaktadır.
2. Misyon odaklı kâr amacı güden stratejiler: Kâr amacı gütmeyen gelir sağlayan stratejilerde olduğu gibi bu senaryoda da organizasyon hem sosyal hem de ticari girişimsel faaliyetlerini yürütür. Bu senaryodaki fark, bu organizasyonlar mali açıdan bağımsız olmayı hedeflerken kurucular ve yatırımcılar kişisel olarak parasal kazançtan faydalanabilir, yüksek gelir ve kârlılık hedefleyebilirler.

Sosyal girişimcilik alanını meşrulaştırmak ve teşvik etmek için özellikle karmaşık ve zorlu sosyal problemleri ozmş ya da sosyal değerler yaratmak adına büyük kitlelere ulaşmış kişi ya da kurumların başarı öyküleri kullanılmaktadır. Örneğin 2004 yılında Stanford niversitesi, sosyal ve çevresel sorunları ozmek için girişimcilik ilkelerinin kullanılmasını teşvik eden “Entrepreneurial Design for Extreme Affordability” dersinin bir parçası olarak “Social E Lab” programını başlattı. Program “DripTech”, “Sağlıklı ocuklar Projesi” ve “Kucaklama” dahil olmak üzere birçok başarılı projeye imza atmıştır.

Sosyal girişimcilik literatüründe sıkça atıfta bulunulan köklü kuruluşlar ise; Ashoka OneWorld Health, The Skoll Foundation ve Schwab Foundation of Social Entrepreneurship’tir (rper vd., 2010, s.13).

1.3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimciliğin tarihsel gelişimi belli başlı iktisadî, sosyal ve siyasî sınıflandırmalarla oluşturulmuş alt başlıklarla birlikte, temelde girişimciliğin Dünya'daki tarihsel gelişimi ve Türkiye'deki tarihsel gelişimi olmak üzere iki bölüm halinde incelenecektir.

1.3.1. Dünya'da girişimciliğin tarihsel gelişimi

İnsanlık tarihi ile kıyaslandığında tanımlanmış ve bir sisteme oturtulmuş girişimciliğin henüz çok yeni olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İnsanoğlu ilkel çağlardan bu yana ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşam kalitesini arttırmak adına girişimsel davranış sergileyerek yaşamıştır. Bu bağlamda bakıldığında insanlar risk alma, yenilikçi ve yaratıcı olma ve fayda sağlama özelliklerinin tümünü eylemlerinde barındırmıştır ki bunlar girişimcilerin temel karakteristiğini oluşturan özelliklerdir.

Avcı insan topluluklarından sonra tarım ve yetiştiricilik dönemi başladığında girişimciliğin gelişimi adına yeni bir çağ başlamış oldu. İlkel toplumlarda insanlar her ne kadar girişimsel davranışlar sergilemiş olsalar da o dönemde üreticilik olmadığı için tam anlamıyla girişimcilikten söz edilememektedir. Fakat yerleşik hayata geçildiğinde ve insanlar kendi mahsullerini üretmeye başladıklarında bu durum radikal bir şekilde değişmiştir. Bununla birlikte üretici ihtiyacından fazlasını üretmiş ve bu ihtiyaç fazlası mahsul pazarlarda, ticaret merkezlerinde takas veya değerli maden/para/emtia karşılığında el değiştirerek gerçek anlamda ticarî girişimciliğin ilk örneklerini oluşturmuştur.

Girişimciliğin tarihsel gelişimini bir bütün halinde kavrayabilmek için girişimcilik kavramının niteliklerinde meydana gelen değişimleri ve bu değişimlerin sebeplerini incelemek gerekmektedir. Buna göre, Dünya'da girişimciliğin tarihsel gelişimi şu alt başlıklar içerisinde incelenecektir (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s.56):

1. İlkel toplumlar (Çobanlığa dayanan ev ekonomisi)
2. Tarıma dayanan köy ekonomisi (Derebeylikler)
3. Küçük el sanatlarına dayanan kent ekonomisi
4. 15. – 19. yüzyıllar arasında Avrupa'da ortaya çıkan iktisadî düşünceler çerçevesinde girişimciliğin gelişimi
5. 20. yüzyılda girişimcilik

1.3.1.1. İlkel toplumlar (Çobanlığa dayanan ev ekonomisi)

İlkel toplumlarda insanlar yalnızca doğada hazır halde bulunan kaynaklar ile yaşamını idare ettirmekteydi. Bu dönemdeki en önemli gelişme hayvanların evcilleştirilmesi ve yetiştirilmesi olmuştur. Yine bu dönemde bazı tarım uygulamaları yapılmıştır fakat bunlar bilgi ve teknoloji açısından yetersiz, yüzeysel uygulamalardır. Ayrıca bu toplumlarda çanak – çömlek imali, dokuma ve ekmek yapma gibi küçük el sanatlarını dayanan üreticilik mevcuttu, fakat bunlar yalnızca basit ihtiyaçları karşılama düzeyindeydi.

Avcı insan topluluklarından sonraki dönemde tarımsal faaliyetlerin başlamasıyla birlikte insanlar yerleşik hayata geçmiş ve ilk kez bu dönemde ihtiyaç fazlası ürün üretilerek takas yönteminin hâkim olduğu ticaret yapılmıştır.

1.3.1.2. Tarıma dayanan köy ekonomisi (Derebeylikler)

İlkel toplumların yerleşik hayata geçmesi ve tarımla uğraşmaya başlamaları ile birlikte ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişimin hızı artmıştır. Derebeylik ve imparatorluklardan oluşan, monarşi ile yönetilen ve tarıma dayalı ekonomiye sahip feodal toplumlarda girişimcilik kavramı günümüzdeki haline yakın bir anlam kazanmıştır.

Bu dönemdeki sisteme göre, derebeyleri sahip oldukları toprakları vergi karşılığında kendi hesaplarına işleyen köylülere/yerli halka vermiştir. Bununla birlikte bölgenin ve o bölgede yaşayan insanların güvenliğinden derebeyleri sorumludur. Halk ise derebeylerinin buyruğu altındadır. Bu dönemde yine takasa dayalı ticaret sistemi geçerlidir ve bireysel girişimcilikten söz etmek mümkün değildir (Marangoz, 2018, s.5).

1.3.1.3. Küçük el sanatlarına dayanan kent ekonomisi

Bu dönemde git gide gelişmekte ve büyümekte olan kentler ekonomik ve sosyal yaşamın merkezini oluşturmaktaydı. Ticaret bu şehirlerde yapılmaktaydı ve çeşitli endüstri kolları gelişmekte ve yaygınlaşmaktaydı. Buna karşılık şehir merkezlerinde tarımla uğraşan yoktu, şehirler mahsul ihtiyaçlarını çevredeki köylerden karşılamaktaydı.

Benzer bir durum üreticilerle zanaatkârlar arasında da gelişmiş, bunun sonucunda gittikçe daha fazla meslek dalı ortaya çıkmış ve bunlar da alt dallara ayrılmıştır. 11. yüzyılda birbirinden bağımsız meslek dalı çok azdır, her biri aynı genel amaca hizmet

etmektedir, aynı niteliklere sahiptir ve ortak bir çaba içerisindedirler (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s.57).

12. ve 13. yüzyıllarda büyük şehirlerde fuarlar kurulmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda da ulusal ve uluslararası pazarlar gelişmeye başlamıştır. Kölelik gibi baskı ve zorla çalıştırma rejimi terkedilmiş, örgütlenmiş meslekler rejimi başlamıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s.58).

İlerleyen dönemlerde özellikle coğrafi keşifler ve dünya ticaret yollarının değişmesiyle birlikte fırsatları gören ve değerlendiren kişiler büyük bir servete sahip olmuşlardır. Buna Newton ve Galileo gibi bilim adamlarının modern bilim metodolojisi de eklendiğinde, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişimin çağ atlaması için geriye kalan tek şey sanayi devriminin kısıtlımları olmuştur (Durukan, 2006, s.26).

1.3.1.4. 15. ve 19. yüzyıllar arasında Avrupa’da ortaya çıkan iktisadî düşünceler çerçevesinde girişimciliğin gelişimi

15. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Avrupa ülkelerinin ekonomi politikalarını şu şekilde özetleyebiliriz (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s.58);

1. Ekonomik büyüme ve gelişme ile devleti güçlendirmek.
2. Devletin siyasî ve ekonomik gücünü daha fazla gelir elde etmek için kullanmak.

15. ve 19. yüzyıllar arasında Avrupa’da ortaya çıkan iktisadî düşünceler çerçevesinde girişimciliğin gelişimi, merkantilizm, fizyokrasi ve klasik iktisat alt başlıkları altında incelenecektir.

1.3.1.4.1. Merkantilizm

Merkantilizm, 1450 – 1750 yılları arasındaki dönemde gelişen iktisadi düşüncelerin harmanlanarak bir sistematığe oturtulmuş halidir. Sistem esasen devlet idaresine dayanan ve hem devletin hem de devlet ekonomisinin birlikte büyümesini hedefleyen bir araç niteliği taşır (Aydemir ve Güneş, 2006, s.136). Sistem özellikleri hazinenin büyümesini bunun için de dış ticaret dengesinin pozitif olmasını yani ihracat ağırlıklı bir ticaret politikası izlenmesini gerektirmektedir. Bu nedenle hükümdarlar tacirlerle iş birliği içinde olmuşlardır.

Avrupalı girişimciler ticarettten elde ettikleri gelirele ekonomik anlamda güçlenmiş ve bu gücü siyasi alanda güç kazanmak için kullanmışlardır. Böylece Avrupa’da belli

sınırlar içerisinde zenginliği arttırmak ülkelerin temel hedefi haline gelmiştir. Bu rekabet ortamının sonucu olarak da bir dizi teknolojik gelişmenin önü açılmıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s.59).

Literatür incelendiğinde görülmektedir ki merkantilist düşüncenin bir iktisadi sistem olarak geçerli olup olmadığı tartışmalı bir konudur. Bu konuda bazı düşünürler merkantilizmin bir sistem olarak geçerli sayılabilmesi için temel ilkeleri arasında düzgün ilişkilerin bulunmadığını ve yalnızca ticarî sorunları çözmede kullanılan bir politika olduğunu iddia etmişlerdir.

1.3.1.4.2. Fizyokrasi

Fizyokrasi, yunanca kökenli “Fisiokratia” kelimesinden gelmektedir. Doğa, tabiat anlamına gelen “Fisis” ve yönetmek, idare etmek anlamına gelen “Kratia” kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur ki kelime anlamı düşüncenin temelini kavramada yardımcı olmaktadır.

18. yüzyılda merkantilizme tepki olarak Dr. François Quesnay öncülüğünde Fransız ekonomistler (fizyokratlar) tarafından oluşturulmuştur. Temelinde devletin ve vatandaşların servetinin kaynağının doğa olduğunu yani toprak ve tarımsal üretim olduğunu savunmaktadır.

Fransız ekonomistler bu dönemde girişimcinin rolünü “Bilinen maliyetler ile bilinmeyen fiyatlar arasındaki fark ile ilgili bilgiyi içeren faaliyetler ortaya koymak.” olarak tanımlamışlardır (Er, 2012, s.9).

1.3.1.4.3. Klasik İktisat

18. yüzyıla gelindiğinde İngiltere’de başlayan ‘Sanayi Devrimi’ nin etkisiyle dünya küresel bir değişimin içine girmiştir. Buhar gücüyle çalışan makinelerin yeni makine endüstrisini doğurması ve yeni buluşların üretime direkt etkisi Avrupa’yı hızlı bir şekilde değiştirmeye başlamış ve bütün dünyaya yayılmıştır. Bu değişim iktisadi düşünce ekollerinde de kendini göstermiştir.

Literatürde Adam Smith’in “Wealth of Nations” (1776) adlı çalışması klasik iktisadın başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Klasik iktisadi düşünce de yenilikçiliğe dayanan temellerin olduğu görülmektedir. Fizyokratların düşüncelerinin hâkim olduğu bu dönemde kapitalist sisteme geçiş başlamıştır.

Klasik iktisat teorisi arz ağırlıklı bir teori olarak, içinde girişimcilik, yenilikçilik ve bireysellik kavramlarını barındırır. Bu sebeple klasik iktisat teorisinde devletin piyasaya etkisi minimumda tutulmuştur.

1.3.1.5. 20. Yüzyılda girişimcilik

Değişen ve gelişen ekonomik ve sosyal şartlar, girişimci kişiliğini de etkilemiş girişimciliğin niteliklerine bambaşka bir boyut kazandırmıştır. Bununla birlikte bu durum girişimcinin sosyal statüsünü ve iktisadî değerini de arttırmıştır. Böylece girişimcilik bir üretim faktörü haline gelmiştir.

Bu dönemde öne çıkan bir diğer önemli konu ise 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren şirket sahipliği ve şirket yöneticiliği kavramlarının birbirinden ayrışması olmuştur. Bu durum girişimci pozisyonunun yeniden değerlendirilmesine neden olmuş ve ekonomik yaşamda girişimcinin önemini arttırmıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s.60).

20. yüzyılda girişimci ve girişimcilik kavramları 1929 yılında Amerika’da patlak veren Büyük Buhran’dan ve II. Dünya Savaşı’ndan önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu ekonomik kriz aslen, uzun süredir refah dönemini yaşayan Amerikan Borsası’nın çöküşüyle başlamış olsa da, tüm dünyada yıkıcı etkiler yaratmıştır. Dünya çapında 50 milyon kişi işsiz kalmış ve dünya ticareti %65 oranında azalmıştır. Bu dönemde şirketlerin büyümesi durmuş ya da çok yavaşlamış, devletçi politikalar uygulanmaya başlamıştır.

II. Dünya savaşının yaşandığı yıllarda (1939-1945), kaynakların etkin kullanımı konusunda kamu ekonomisi hayati öneme sahip olmuştur. Devlet harcamalarının artmasıyla birlikte, devletin ekonomideki etkisi de artmıştır. Bu durum özel sektörde ve kamu sektöründe merkeziyetçiliğe neden olmuştur (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s.61).

1970’li yıllarda birinci ve ikinci petrol şokunun ardından şirket yönetiminde merkezi olmayan yapılara geçilmesi gündeme gelmiştir. Bununla birlikte devletin ekonominin merkezi konumunda olması gerektiğini savunan Keynesyen politikaların çözüm olmadığı anlaşılmıştır.

Ekonomik yaşamdaki bu değişiklikler girişimci kavramına da yansımıştır. Bununla birlikte Schumpeter’in çalışmalarında “Dinamik Girişimci” olarak tanımladığı kavram sonunda anlaşılmış, değer kazanmış ve ekonomik yaşamın bir parçası olmuştur. Ayrıca

küçük ve orta ölçekli işletmeler yenilikçi organizasyonlar olarak ön plana çıkmaya başlamıştır.

1.3.2. Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi

Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimini incelemek adına konuyu Türklerin Orta Asya’dan Anadolu’ya göç ettikleri dönemden itibaren ele almak gerekmektedir. Türklerin Anadolu’ya yerleştikten sonra zanaatkârlıkla uğraştıkları bilinmektedir. Selçuklular ve Osmanlı Devleti dönemlerinde bir esnaf ve zanaatkârlar odası olan ahilik teşkilatı aktif bir şekilde hem ticarî hem de siyasî hayatta varlığını sürdürmüştür.

Yüzyıllar boyunca önemli bir ticaret merkezi Anadolu’da, ne üretici ne de tüketici olan yeni bir tüccar sınıfı ortaya çıkmıştır. Bu yeni tüccarlar o dönemdeki girişimciliğin ilk örnekleridir. Toplumdaki ihtiyaçları ön görerek fırsatları değerlendirmiş, üreticiden aldıkları malları, başka şehirlerde kendi pazarlarını oluşturarak tüketiciye satmışlardır. Çin’den başlayarak Anadolu aracılığıyla Avrupa’ya uzanan ipek yolu Anadolu’yu önemli bir ticaret merkezi haline getirmiş ve kervanlar aracılığıyla uzun mesafeli ticaret yapmaya başlanmıştır.

Sosyal, siyasal ve ekonomik anlamda merkezî bir yapıya sahip olan Osmanlı Devleti’nin ticaret yollarına göre olan jeopolitik konumu, devlete ticarî açıdan büyük avantaj sağlamıştır. Osmanlı Devleti 16. yüzyıldan itibaren, tüketiciye kaliteli, ucuz ve bol çeşitli ürün satılmasını gerektiren provizyonizm sistemini benimsemiştir.

Osmanlı Devleti’nde deniz ticareti oldukça büyük önem taşımaktadır. Savaş zamanlarında seferlere gönderilen gemiler, diğer zamanlarda deniz ticaretinin en önemli araçları olarak tüccarları ve mallarını taşımışlardır. Coğrafi keşifler sonucunda ticaret yollarının değişmesi, Osmanlı Devleti’ni ekonomik ve ticarî olarak ciddi anlamda etkilemiştir. İmparatorluğun son dönemlerinde özellikle sanayi devriminden sonra Osmanlı’da yaşayan yabancı asıllı vatandaşlar, batı ile yakın ticari ilişkiler kurarak dönemin önde gelen girişimcileri olmuşlardır (Gümüšoğlu ve Karagöz, 2014, s.103).

Cumhuriyetin ilk yıllarında, savaştan yeni çıkmış, nüfusunun büyük bölümünü savaşta kaybetmiş, maddî anlamda kaynakları tükenmiş bir Türkiye Cumhuriyeti Devleti görülmektedir. Bu dönemde Türk ve Müslüman ahaliden tüccar ve iş adamı oluşturma konusunda çalışmalar başlatılmıştır. 1923 yılında İzmir’de toplanan İzmir İktisat Kongresi’nde bu amaçla önemli kararlar alınmıştır.

1960'lı yıllara gelindiğinde girişimciliğin teşvik edilmesi ve geliştirilmesi amacıyla bir dizi kanun çıkarılmış ve devlet teşekkülleri kurulmuştur. 1960 – 1970 yılları arasında Türkiye’de özel girişimciliğin büyük bir gelişme yaşadığı görülmektedir. Sonraki yıllarda ise serbest piyasa ekonomisine geçiş ve küresel piyasalarla eşgüdüm sağlamak ana ekonomi politikası olmuştur.

1.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilerin, girişimci olma sebepleri ya da onları girişimci olma kararı almaya yönelten faktörler uzun zamandır birçok farklı disiplinin araştırma konusu olmuştur. Literatür incelendiğinde görülmektedir ki girişimci olma motivasyonunu etkileyen faktörler genelde itici ve çekici faktörler (push - pull) ile kişisel ve çevresel özellikler bazında incelenmektedir (Ulucan, 2015, s.19).

Girişimciliği etkileyen faktörler bu çalışmada ülke altyapısı ve girişimcilik altyapısı olarak iki başlık altında incelenecektir (Marangoz, 2018, s.64).

1.4.1. Ülke altyapısı

Bir ülkede girişimciliği ve girişimcileri etkileyen makroekonomik düzeyde iki faktör bulunmaktadır. Bunlar; ekonomik altyapı ve teknolojik altyapıdır.

Ekonomik altyapı ile kastedilen, girişimciliği destekleyecek istikrarlı bir ekonomik ortamın bulunmasıdır. Uygun kredi kullanım koşulları ve faiz oranları, çok alternatifli finansman sistemi, ulusal pazarlarda motive edici rekabet ve en önemlisi ufak çaplı krizlerden etkilenmeyen, volatilitesi düşük bir ekonomik ortam şüphesiz ki girişimciliği destekleyecektir.

Teknolojik altyapı ise, girişimcilerin yeni teknolojileri ticari ürünlere dönüştürebilmeleri ya da bizzat yeni ürünleri ya da üretim yöntemlerini kendileri ortaya çıkarabilmeleri için gerekli olan alt yapıdır. Teknolojik altyapının gelişimini sağlayan unsurların başında Ar – Ge faaliyetleri gelmektedir. Özellikle Ar – Ge faaliyetlerine ayrılan kaynaklar ve insan gücü, ülkenin teknolojik altyapıya verdiği önemi yansıtır (Marangoz, 2018, s.64).

1.4.2. Girişimcilik altyapısı

Ülke altyapısı girişimcinin içinde bulunduğu çevreye dair bilgiler içerirken girişimcilik altyapısı girişimcinin kendisine ve sosyo – kültürel çevresine dair bilgiler içerir ve doğrudan girişimi ve girişimciyi etkiler. Girişimcilik altyapısı, girişimciliği belirleyen, teşvik eden ya da aksine olumsuz etkileyen faktörler olarak ele alınacaktır. Bu faktörler şunlardır (Hisrich ve Peters 1995’den aktaran Bozkurt, 2006, s.95);

- Aile; literatür incelendiğinde görülmektedir ki, pek çok araştırmacı/bilim insanı girişimci bireyin aile hayatı, ailesinin mesleği, ailesinin sosyal statüsü ve akrabalık ilişkileri gibi konularla ilgilenmiş ve girişimci bireyin ailesinden gelen bu motivasyonla ortaya koyduğu girişimsel davranış arasında bağlantı kurmaya çalışmışlardır. Ailelerin yüksek bir çoğunlukla ataerkil oldukları göz önünde bulundurularak söylenebilir ki, ailenin, özellikle babanın girişimci olması, kendi işine sahip olması girişimciliği etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Girişimci bir baba figürü, kesinlikle güçlü bir motivasyondur.
- Eğitim; kişiler bir girişim başlatırken birçok problemle karşılaşır. Bunlar temelde risklerin yanlış analiz edilmesi, teorik bilgi eksikliği, fon sağlamada ve alternatif finansman kaynakları bulmada karşılaşılan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu problemlerle başa çıkabilmek için girişimci kişinin iyi bir eğitim almış olması gerekmektedir. Girişimcinin özellikle finans, pazarlama, yönetim ve iletişim alanlarında eğitim alması ve kendini geliştirmesi girişimin başarısı açısından hayati önem taşımaktadır.
- Kişisel değerler; toplumlar açısından incelendiğinde kişisel değerler kültürel bağlamda farklılık gösterecektir. Davranışlar, inançlar ve tutumlar toplumların sosyal kimliğine göre farklılık göstermektedir. Üzerinde dikkatle durulması gereken nokta şudur ki, bahsedilen değerlerin girişimcilik eğilimi üzerine etkileri incelenirken farklı kültürlerin kıyaslanması ilgisiz sonuçlara ulaşılmasına neden olabilmektedir. Bu sebeple genel kanı, bu alanda yerli literatürün incelenmesi gerektiği yönündedir. Bu alanda daha önce yapılmış çalışmalar göstermektedir ki girişimcilik, değişime açıklık ve kendini güçlendirme değerleri/güdüleri ile yakından ilişkilidir (Alparslan ve Özmen, 2017, s.969). Bu değerlere sahip kişiler, doğru eğitim ve teşviklerle başarılı girişimciler olabilmektedirler.

- Yaş; kişinin yaşı ile girişimcilik eğilimi arasında belirgin bir ilişki olduğu birçok araştırmayla kanıtlanmıştır. Bu araştırmalar incelendiğinde çoğunlukla 22 – 25 yaş arası dönemin girişimcilik kariyerine başlamak için en uygun dönemler olduğu görülmüştür (Bozkurt, 2006, s.96). Girişimcilikte başarılı olabilmek için yüksek enerji, kişilerde bulunması gereken önemli özelliklerden birisidir.
- İş Tecrübesi; özellikle bireyin girişimde bulunduğu alanda ya da büyük bir bölümünde uzmanlığa ve tecrübeye sahip olmak oldukça önemlidir. Finansal yönetim, üretim yönetimi, pazarlama ve dağıtım kanallarının oluşturulması gibi alanlarda kişinin tecrübe sahibi olması altından kalkılması gereken zorlukları bir hayli azaltacaktır.
- Rol modelleri; girişimci bireyin kariyerini etkileyen bir diğer önemli unsur rol modelleridir. Rol modelleri aile bireyleri, arkadaşlar ya da başarısını kanıtlamış diğer girişimci bireyler olabilir. Rol modelleri hem girişime başlamadan önce hem de başladıktan sonra bir destek sistemi görevi üstlenerek girişimci bireye karşılaştığı sorunları çözmede ya da işin zorluklarına katlanmada yardımcı olur.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Girişimcilik konu başlığı ya da girişimcilik türleri arasında kadın girişimciliğinin bir alt başlık olmasının temel sebebi toplum tarafından dayatılan ve kadınların büyük çoğunluğunun hayatları boyunca maruz kalarak kabullendikleri cinsiyete bağlı rollerdir. Toplumda cinsiyet kavramı, bu kavrama yüklenen değer ve sorumluluklar ve sonuçta ortaya çıkan cinsiyet ayrımına bağlı roller, uzun zamandır sosyoloji, psikoloji, ekonomi ve siyaset bilimi gibi birçok alanın araştırma konusu olmuştur. Tarihsel süreç içerisinde bazı görev ve sorumluluklar için erkeklerin daha uygun olduğu düşünülürken bazıları içinse yalnızca kadınlar uygun görülmüştür. Bunun sebebi cinsiyete dayalı fiziksel ve psikolojik özelliklerin toplum tarafından belirli iş ve görevleri yapmak adına sınıflandırılmış olmasıdır. Bu sınıflandırmalar daha sonra kalıplaştırılmış ve beklenen rolleri oluşturmuştur. Öyle ki bu roller ailede, okulda ve sosyal çevrede kadınlara küçük yaşlardan beri aktarıldığı için kadınlar tarafından da benimsenmiştir.

Örneğin, erkeklerin kadınlara oranla daha agresif daha bağımsız olduğuna inanılırken, kadınların ise daha duygusal olduğuna ve besleyip büyütme görevinin kadın için daha uygun olduğuna inanılır (Mueller ve Dato – on, 2008, s.5). Bu kalıplar doğru olarak kabul edildiğinde kadın ve erkeklerin hayattaki rollerini ve meslek seçimlerini doğrudan etkilemektedir.

Cinsiyet rolü stereotipleri üzerine yapılan araştırmalar, erkeklere atfedilen özelliklerin “yetkinlik” ve “işleri halletme/görevi yerine getirme” yeteneklerini yansıtarak kendi davranış kümesini meydana getirdiğini göstermektedir. Literatür incelendiğinde bu özelliklerin bağımsızlık, aktiflik, nesnellik, kendine güvenen, hırslı iddialı ve mantıklı olduğu görülmektedir. Geleneksel olarak kadınlara atfedilen özellikler arasında ise naziklik, duygusallık, sosyal çevresine karşı duyarlı olmak sayılabilir.

Toplum içerisinde erkek ve kadına atfedilen roller aslında avcılık ve toplayıcılık dönemlerinden beri görülmektedir (Celepli, 2011, s.30). Kadınlar ilk neolitik çağda tohumu kullanmayı öğrenmiş ve en eski tarım aletlerinden birisi olan çapayı kullanmaya başlayarak toprağı işlemişlerdir. Orta neolitik çağa gelindiğinde ise çapa yerine saban kullanılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte iş bölümü, fiziki özelliklere göre yapılmaya başlanmış, fiziksel üstünlüklerinden dolayı sabanı erkeklerin kullanması uygun

görülmüştür. Böylece erkek, toplumsal yaşamın merkezinde yani üretimde hayatî bir rol almıştır. Tarımsal üretimle birlikte yerleşik hayata geçilmiş göçebe yaşam terkedilerek köyler, kasabalar kurulmaya başlanmış ve kent yaşamının ilk örnekleri şekillenmeye başlamıştır. Özel mülkiyet kavramı gelişmiş, erkekler avcılık ve toplayıcılık görevlerinden sonra koruyucu/savaşçı sınıfına daha sonra ise yönetici sınıfına yükselmiştir. Süreç içerisinde toplumun erkeklerden beklentileri de bu görev ve sorumluluklar bazında şekillenmiş ve ortaya erkek egemen toplumlar çıkmıştır.

Yüzlerce yıl sonra bile toplum tarafından kabul edilen bu kalıplar çerçevesinde girişimcilik genel olarak erkek egemen bir yapı olarak algılanmaktadır. Bu durum kadın girişimcileri, özellikle girişimi başlatma daha sonra ise büyütme ve geliştirme evrelerinde bir takım zorluklarla baş etmek zorunda bırakmaktadır. Literatür incelendiğinde bu alandaki çalışmaların genel olarak, kadınların kendi girişimlerini başlatma kararı verirken kendilerini motive eden nedenlere, girişimlerini başlatma evrelerinde karşılaştıkları zorluklara (çoğunlukla finansal), ataerkil toplumlardaki kadın erkek ayrımcılığına ve ülkelerin kadın girişimciliğini ve kadın istihdamını destekleme programlarına odaklandığı görülmektedir.

Buttner ve Rosen (1989), çalışmalarını yaptıkları dönemde kendi işlerini kurmak için kurumsal firmalardaki pozisyonlarından ayrılan kadınların sayısında kayda değer bir artış olduğunu ancak bu oran baz alınarak yapılan bir karşılaştırmada erkek meslektaşları kadar başarılı olamadıklarını ifade etmişlerdir. Dönemin özellikleri bağlamında, önceki çalışmaları da inceleyerek kendi işletmelerini kurmak isteyen kadınların finansal destek bulma da erkeklere göre daha fazla zorluk çektiklerini belirlemişlerdir. Bu durumu analiz edebilmek için bir kredi karar simülasyonu oluşturarak bankaların kredi memurlarının kadın girişimcilerle aynı veya benzer durumlarda bulunan erkek girişimcilere, kredi teklifinde bulunma ve kredi onayı vermede kadın girişimcilere kıyasla daha fazla esnek ve daha az seçici davrandıkları iddiasını sistematik olarak test etmişlerdir. Ayrıca kredi başvurusunda bulunma durumunda, ayrıntılı iş planını açıklarken yapılacak sunumun kredi alma ihtimalini arttırıp arttırmadığını da incelemişlerdir. Çalışmalarının bir diğer amacının ise karar vericilerin (kredi memurları) tecrübelerinin finansman kararları üzerindeki etkilerini incelemek olduğunu ifade etmişlerdir. Deneyim ve hesap verebilirliğin kredi kararlarını nasıl etkilediğini belirlemek amacıyla deneyimli kredi memurlarının görüşleri deneyimsiz lisans öğrencilerinin görüşleriyle karşılaştırmışlardır. Kredi memurları ve öğrenciler ya yalnızca iş planını okuyarak ya da hem iş planını

okuyup hem de hem de bir kredi memuru ile iş kurmak için kredi arayan erkek veya kadın girişimci arasında geçen görüşmenin videosunu izleyerek karar vermişlerdir. Sonuç olarak cinsiyet farklılıklarının girişimlere fon sağlamada herhangi bir etkisinin olmadığını ifade etmişlerdir. İş planını okuyan ve videoyu izleyen kredi memurlarının erkeklerle kıyaslandığında kadınlara daha büyük karşı teklifte bulduklarını, aynı şekilde inceleme yapan öğrencilerin ise erkeklere daha büyük karşı teklifte bulduklarını belirtmişlerdir. Kredi memurlarının öğrencilerle kıyaslandıklarında anlamlı bir şekilde daha ihtiyatlı davrandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Buttner ve Rosen, 1989, s.249-261).

Sexton ve Bowman-Upton (1990), çalışmalarında toplumsal cinsiyet kavramı ile ilgili yönetsel farklılıklar hakkında, bunların bazılarının gerçekten var olduğunu bazılarının ise cinsiyete bağlı toplumsal kalıpların temeli olarak abartıldığını ifade etmişlerdir. ABD'deki kadın girişimcilerin sayısındaki artışın, kadınların girişimcilik faaliyetleri ile ilgili yapılan akademik araştırmaların sayısının da aynı oranda artmasına neden olduğunu ifade etmişlerdir. Bu çalışmalar kadın ve erkek girişimcilerin benzer sosyo-ekonomik geçmişlere, motivasyonlara sahip olmalarına rağmen kadın girişimcilerin cinsiyet temelli ayrımcılığa maruz kaldığı algısını ortaya çıkarttığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte çalışmalarında "Ayrımcılık konusu kadın mı, yoksa kurmak istediği işletme mi?" sorusunu sormuşlardır. Çalışmalarında büyüme odaklı kadın ve erkek girişimcilerin psikolojik özelliklerini analiz etmiş ve incelemişlerdir. 105 kadın iş sahibi arasından satışları ve çalışan sayısı bakımından en yüksek %10 orana sahip girişimleri erkek meslektaşlarınıninkiyile karşılaştırmışlardır. Kadınların enerji düzeyi ve risk alma ile ilgili özelliklerde anlamlı olarak daha düşük puanlar aldıklarını fakat özerklik ve değişim ile ilgili özelliklerde önemli ölçüde daha yüksek puan aldıklarını belirtmişlerdir. Araştırmacılar bu puanlara göre kadınların belirsizliğe katlanmaya erkeklere göre daha az istekli olduklarını ve büyüme odaklı bir işi sürdürmek için gerekli olan fiziksel dayanıklılık ve enerji bakımından erkeklere göre daha az yeterli bulduklarını ifade etmişlerdir. Çalışmanın sonunda ise kadın ve erkek girişimcilerin psikolojik eğilimleri özelinde farklılıklardan çok ortak noktaları olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Sexton ve Bowman-Upton, 1990, s.29-36).

Carter ve Allen (1997), kadınların sahip olduğu işletmelerin Amerika Birleşik Devletleri ekonomisinin en hızlı büyüyen parçalarından biri olmasına karşın satış hacmi ve gelir ile ölçülen büyüklük kriterlerine göre hala erkeklerin sahip olduğu işletmelerin gerisinde kaldığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte çalışmalarının amacını, kadınların

sahip olduğu büyüme dönemindeki tipik işletmelerden hacim olarak daha büyük işletmelerin, karşılaştırmalı olarak daha büyük olmasının nedenlerini araştırmak olarak ifade etmişlerdir. Sonuç olarak finansal kaynaklara ulaşabilmenin ve işletmenin finansal doğasını etkili bir şekilde vurgulayabilmenin işletme büyüklüğünü doğrudan etkilemekte olduğunu belirtmişlerdir (Carter ve Allen, 1997, s.211-220).

Coleman (2002), çalışmasında geleneksel sermaye yapısı teorisine göre şirketlerin sermaye maliyetini en aza indirgeyen ve firma değerlerini en üst düzeye çıkartan optimal borç ve öz kaynak bileşimini seçtiklerini ifade etmiştir. Literatür incelemelerine göre küçük ölçekli işletmelerin özellikle kadınların sahip olduğu bu sınıftaki işletmelerin borç sermayesi kaynağı (yabancı kaynak) sağlamada zorluklar yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmasında 1993 tarihli Küçük İşletme Finansmanı Ulusal Anketi verilerinden yararlanarak kadın işletme sahiplerinin karşılaştığı kısıtlamaları araştırmıştır. Çalışma sonuçlarına göre kadınların sahip olduğu işletmelere karşı ekonomik olmayan ayrımcılığa dair kanıt bulunamadığını ifade etmiştir. Bununla birlikte kadınların sahip olduğu işletmelerin çoğunlukla küçük ölçekli olması, büyüme ve karlılık beklentilerinin sınırlı olması, teminat veya garanti sağlamada başarısız olması gibi nedenlerden dolayı borç sermayesi elde etme olasılıklarının düşük olduğu sonucuna ulaştığını belirtmiştir. Son olarak küçük işletmeler için sermaye yapısı belirlenirken işletme sahibi/yöneticisinin tercihlerinden ziyade işletmenin karakteristik özelliklerinin dikkate alınması gerektiğini ifade etmiştir (Coleman, 2002, 151-174).

Yetim, N. (2002), çalışmasının amacını sosyal sermaye olarak kadın girişimcilerin niteliklerini ve yeterliliklerini belirleyebilmek olarak özetlemiştir. Çalışmasında kadınların sosyo-demografik özelliklerini, kişisel karakteristiklerini, işlerini kurma ve sürdürme aşamalarında bilgi ve beceri sağlama kanallarını ve işbirliği eğilimlerini sosyal sermaye kaynakları olarak ele almıştır. Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odasına kayıtlı 224 kadın girişimci ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve anket formu uygulanmıştır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin farklı sosyal sermaye kaynaklarını hem iş kurma hem de sürdürme aşamalarında harekete geçirebilmekte ve girişimcilik yetenekleri ile bütünleştirebilmekte olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca informal ve kurumsal kaynakları da girişimcilik faaliyetlerinde etkili olarak kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. Son olarak kadınların özellikle kurumsal bilgi kanallarını kullanabilme yeterliliklerinin dayanışmayı arttırarak örgütlenmeyi desteklediğini ifade etmiştir (Yetim, 2002, s.79-92).

Baycan, Masurel ve Nijkamp (2003), çalışmalarının amacını kentsel alanda etnik kadın girişimciliğini araştırmak olarak belirtmişler ve odak noktası olarak Amsterdam'daki Türk kadın girişimcilerin tutum ve davranışlarını incelemişlerdir. Bu baēlamda ‐Etnik kadın girişimciler özel etnik girişimciler midir yoksa özel kadın girişimciler midir?‑ sorusuna cevap aramışlardır. Amsterdam'daki kadın girişimcilere yönelik örnek olay araştırmasının sonuçlarını, ‐Etnik Kadın Profili‑ nin özel bir kadın profili olduēunu ve Türk kadın girişimcilerin, özellikle kişisel ve iş özellikleri bakımından ‐Özel Kadın Girişimciler‑ olduklarını gösterdiēini belirtmişlerdir. Sonuç olarak etnik özelliklerini pazardaki fırsatlar ile birleştirdiklerini ve başarı saēladıklarını belirtmişlerdir (Baycan, Masurel ve Nijkamp, 2003, s.1131-1161).

Sarri ve Trihopoulou (2005) çalışmalarının amacını, Yunanistan'daki kadın girişimcileri, kişisel özelliklerini ve motivasyonlarını incelemek, araştırmak ve bulguları ışığında Yunanistan'daki politika yapıcılara, kadınlara girişimlerinde destek olmak amacıyla oluşturulacak yeni projelerde tavsiye vermek olarak özetlemişlerdir. Bu baēlamda Yunanistan'daki girişimcilik ortamının ve kadın girişimlerinin incelenmesi amacıyla ilk olarak mevcut bibliyografyayı analiz etmiş, daha sonra benzer amaçlarla oluşturulmuş başlıca üç çalışmadan çekilen, kişisel özellikleri ve motivasyonları keşfetmeye yönelik verileri sunum ve analiz şeklinde ortaya koymuşlardır. alışmalarının sonuç bölümünde kadın girişimcilerin monolitik kategoride tanımlanmaması gerektiēini bunun yerine geliştirilecek yeni politika ve programların, daha etkin girişimcilik faaliyetleri ortaya koymak adına kadınların kişisel özelliklerini ve motivasyonlarını teşhis ederek çekme faktörlerinin güçlendirilmesi ile oluşturulması gerektiēini belirtmişlerdir (Sarri ve Trihopoulou, 2005, s.24.36).

şahin (2006), çalışmasında kadınların sahip oldukları yetenek ve becerilerini kullanabilme, baēımsız olma, esnek çalışma saatlerine sahip olabilme gibi etkenlerin de etkisiyle ücret ve maaşla çalışmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak aileden sermaye temin ederek veya borçlanarak kendi işletmelerini kurmayı tercih ettiklerini ifade etmiştir. alışmasının amacını Konya ilinde çeşitli sektörlerde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin girişimcilik özelliklerini belirlemek ve bunun sonucunda genel bir girişimci kadın profili oluşturmak olarak açıklamıştır. Kadın girişimcilerin iş hayatında; çalışma yaşamının kalitesine önem veren ve kalite üzerine odaklanan yaratıcılıēı, esnekliēi, işletme yönetiminde insanî yaklaşımları öne çıkaran, işletmelerini

yönetirken sosyal ve kültürel amaçlara finansal amaçlar kadar önem veren bir yaklaşımlar bütününe sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır (Şahin, 2006, s.1-123).

Lewis (2006), güncel çalışmaların/yayımların genel itibariyle kadınların girişimcilik tecrübelerinde cinsiyetin etkisi üzerine yapılan çalışmalar olduğunu belirtmiştir. Çalışmasında bu durumun aksine, kadın girişimciliğinde cinsiyet sorunlarına sessiz kalan/kabullenen kadınlar ile kabullenmeyen kadınlar arasındaki farklılıkları araştırmıştır. Veri olarak, kadınları iş dünyasında teşvik etmek ve desteklemek amacıyla kurulmuş web tabanlı bir girişimci ağı üzerinden, katılımcı olan 19 girişimci kadının röportaj şeklinde işlenen e-postalarını kullanmıştır. Sonuç olarak bazı kadın girişimcilerin, girişimciliğin eril normlarından farklı olarak tanımlanmaktan kaçındığını ve bazılarının da girişimciliğin toplumsal cinsiyet kavramına duyarlı değil aynı zamanda cinsiyetçi yaklaşıma dayalı doğasını gizlemeye çalıştıklarını belirtmiştir (Lewis, 2006, s.453-469).

Tan (2007), kadınların iş girişiminde bulunma, ekonomik büyüme ve toplumun yeniden canlandırılmasındaki rollerine rağmen, özellikle de değişim sürecindeki geçiş ekonomilerinde kadın girişimciliğindeki sorunların ve engellerin akademik araştırmalarda yeterince ilgi görmediğini belirtmiştir. Çalışmasının amacını, Çin'de elektronik endüstrisinde faaliyet gösteren kadın girişimciler ile onların girişimcilik yönelimlerini ve performanslarını inceleyerek bu boşluğu kısmen de olsa doldurmaya çalışmak olarak ifade etmiştir. Anket ve örnek olaylara dayanan istatistiksel analizlerden elde ettiği sonuçlara göre, erkeklerle benzer faktörlerden etkilenmelerine rağmen kadınların risk alma, daha fazla getiri arzu etme ve gelecekteki rekabet avantajı için daha cesur hamleler yapma açısından erkeklerden farklılık gösterdiklerini belirtmiştir. Ayrıca girişimlerin toplam başarıları bazında kadınların erkeklerden daha başarılı olduklarını ifade etmiştir (Tan, 2007, s.547-564).

Can ve Karataş (2007), çalışmalarında mikro finansman sisteminin, küçük ölçekli fonlara ihtiyaç duyan potansiyel kadın girişimcilerin ekonomik sistem içine daha kolay girmelerini sağlayacak en önemli araçlardan biri olduğunu ifade etmişlerdir. Muğla ilinde bulunan kadın girişimciler ile yapılan röportaj-anket niteliğindeki araştırma sonuçlarına göre bu ildeki kadın girişimcilerin genelde iş hayatına girişte kredi kullanmadıklarını kredi imkânlarından haberdar olmadıklarını, kendi birikimlerini kullanarak ya da tanıdıklarına borçlanarak yatırımda bulduklarını saptamışlardır (Can ve Karataş, 2007 s.251-261).

Memiş, Paksoy ve Paksoy (2007), çalışmalarında ekonomik kalkınma ve bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinin, az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin çözmesi gereken en önemli sorunlardan biri olduğunu ve bu sorunun çözülmesinde kadın girişimciliğinin harekete geçirilmesinin büyük katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir. Çalışmalarının amacını kadınların çalışma hayatına katılımının artırılmasında, kadın girişimciliğinin yerini ve önemini ortaya koymak olarak ifade etmişlerdir. Bu sebeple “Sosyo – Ekonomik Kalkınmada Kadın İş Gücü Projesi” kapsamında Gaziantep Adıyaman, Mardin ve Siirt illerinde kadınlar tarafından kurulan kooperatiflere üye olan kadın girişimcilerin, girişimciliğe yönelik düşüncelerini ve yaklaşımlarını araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimciliğine yönelik motivasyon ve sıkı çalışmanın, tek başına işleri yürütebilmenin ve başarısız olma riskinin kadın girişimciler arasında ön plana çıktığını ifade etmişlerdir (Memiş, Paksoy ve Paksoy, 2007, s.137-152).

Marlow, Carter ve Shaw (2008), Birleşik Krallık’ da gerçekleştirdikleri çalışmalarında peş peşe gelen hükümetlerin daha fazla kadını yeni girişimlerde bulunmak için teşvik etmeye çalıştıkları bir dizi program oluşturduklarını ve sonuçta bu durumun Amerika’da ki örneklerinin ulaştığı başarı oranlarına ulaşması açısından rekabete dönüştüğünü ifade etmişlerdir. Bu bağlamda araştırma hedeflerini eleştirel bir şekilde ele almış ve hem ABD hem de UK’de kullanılan programlardaki kadın girişimlerinin tanımlarının ve alınan önlemlerin anlamlı karşılaştırmalar yapılmasını kısıtladığını ve ABD’deki kadın girişimciliğinin gelişiminin tarihsel ve kültürel açıdan o ülkeye özgü olduğunu iddia etmişlerdir. Sonuç olarak Birleşik Krallık’da ki uygulamaların ulusal sosyoekonomik faktörleri yansıtması gerektiğini ve diğer ülkelerdeki başarılı uygulamalar örnek alınırken, seçilen ülkelerin sosyokültürel açıdan kendi ülkeleriyle daha fazla ortak noktaları olması gerektiğini belirtmişlerdir. Son olarak daha fazla kadını, sıklıkla içinde buldukları yoğun rekabet ortamını yeterince tanımadan yeni girişimlere teşvik etmenin ekonomik ve sosyal hedeflere ulaşmada başarılı olup olmayacağını tartışılması gerektiğini ifade etmişlerdir (Marlow, Carter ve Shaw, 2008, s.335-351).

Patterson ve Mavin (2009), çalışmalarında kadınların kendi işlerini kurmak için kurumsal firmalardaki pozisyonlarından ayrılma nedenlerini ‘post hoc’ analizi ile incelemişlerdir. Kuzey Doğu İngiltere bölgesindeki kadın girişimcilerin konu olduğu dört örnek olay incelemesi çalışmalarına konu olmuştur. Bu kadın girişimcilerin öznel anlatılarının, kariyer geçiş motivasyonlarının karmaşık doğasını ve yeni girişimlerde

bulunma kararı alırken karşılaştıkları sorunları vurguladığını ifade etmişlerdir. Sonuç olarak kadınların kendi işlerini kurmaya yönelik beklentilerinin tam olarak gerçekleşmemiş olduğunu fakat kişisel ve mesleki gelişimin ve yeni elde edilen bağımsızlık ve kontrolün bu durumu telafi ettiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca “Kariyer Geçiş Motivasyon Çerçevesi” nin kadınların kariyer geçiş deneyimlerinin karmaşıklığını anlamada oldukça yararlı bir yol olduğunu belirtmişlerdir (Patterson ve Mavin, 2009, s.173-192).

Field, Jayachandran ve Pande (2010), çalışmalarında Hindistan’daki ekonomik durumu yetersiz olan kadınlara yönelik olarak çıkartılan mikro-finans kredilerinin patlaması sonucu; “Ekonomik durumu yetersiz kadın girişimciler ne gibi engellerle karşılaşılıyorlar? Geleneksel kurumlar kadın girişimcilerin yönettiği işletmelerin önüne ticari anlamda büyümelerini ve karlılıklarını engelleyen bariyerler mi koyuyorlar?” gibi soruların sorulmaya başlandığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda bir görüşe göre kadınların bu kredilere yetersiz erişimlerinin yüksek geri dönüşü olabilecek iş faaliyetlerini engellediği yönünde olduğundan bahsetmişlerdir. Diğer görüşler incelendiğinde ise bu kredilere talebin sınırlı olması, yani bilgi eksikliğinden doğan talep yetersizliği ve kadınların toplumdaki rollerini yöneten normların, kadınların iş yerlerinde neleri başarabileceklerine dair algılarını sınırladığını belirtmişlerdir. Çalışmalarında işveren kadınlardan oluşan, rastgele seçilmiş bir örneklemin temel finansal okuryazarlık ve iş becerileri konusunda eğitildiği ve orta vadeli hedefleri tanımlamaya teşvik edildiği bir alan deneyi uygulamışlardır. Bu deneyde katılımcı olan kadınların dini inanış ve sosyal sınıf bazında farklılıklara sahip olduklarını ve bu nedenle farklı sosyal kısıtlamalar gözlemlediklerini ifade etmişlerdir. Sonuç olarak Hindu kadınlar arasında yapılan araştırmada eğitimin, kısıtlanma seviyesi fazla olan kadınlarda borç oranını ve gelir seviyesini arttırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Sonucun tezlerini destekler nitelikte olduğunu belirtmişlerdir (Field, Jayachandran ve Pande, 2010, s.125-129).

Minniti (2010), çalışmasında daha önceki bazı araştırmalarda kadın girişimcilerin toplumun refah seviyesine katkılarının erkeklerinkinden daha fazla olduğunu tespit edildiğini fakat kadın girişimciliğinin daha az sayıda olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda girişimci davranışlarında cinsiyet farklılıklarına dair çalışmalar yapılmış olsa da bunun nedenlerinin yeterince anlaşılmadığını ifade etmiştir. Bu nedenlerin algısal olgulardan mı yoksa evrimsel olgulardan mı kaynaklandığına dair literatürde bir genel kanı olmadığını ve bu durumun bir ülkenin kişi başına GSYH’si ile bağdaştırılmadığını

belirtmiştir. Çalışmasında 34 ulustan bireyleri kapsayan geniş bir veri seti kullanarak bu sorulara cevap bulmayı amaçlamıştır. Çalışmasının sonuç bölümünde, ülkelerin GSYH düzeylerinin girişimcilik davranışlarındaki cinsiyet farklılığı ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu bununla birlikte öznel algılarında önemli bir rol oynadığını belirtmiştir. Ayrıca bu bağlamda bireysel demografik ve ekonomik koşulların nispeten daha az önem taşıdığını belirtmiştir (Minniti, 2010, s.294-312).

McIntosh ve Islam (2010), çalışmalarında, gelişmiş ülkelerde kadın girişimciliği konusunda zengin bir literatür olmasına rağmen gelişmekte olan ülkelerde yeterli çalışma yapılmadığını belirtmiştir. Çalışmalarında girişimci olma kararlarını etkileyen çeşitli sosyoekonomik faktörlerin etkisini incelemek için 180 kadın katılımcı ile anket çalışması düzenlemişlerdir. Sosyal sermayenin iş seçiminde, finansman sağlamada ve iş ağı oluşturmada etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca İslam ülkesinde iş yaparken dini gruplarla ilişki kurmanın iş yaşamında avantaj sağlayacağı tezini destekler nitelikte bir kanıt olmadığını fakat İslami geleneklere göre hayatını idame ettiren kadınların erkek egemen iş dünyasında daha fazla kabul gördüğünü ifade etmişlerdir (McIntosh ve Islam, 2010, s.103-109).

Apergis ve Pekka-Economu (2010), çalışmalarının amacını, Yunanistan'daki girişimcilik faaliyetlerini araştırmak ve iş gücü piyasasına kadın katılımının teşvikini analiz etmek olarak özetlemişlerdir. Yunanistan'daki kadın girişimci ruhunu tanımlayan önemli faktörleri belirlemek amacıyla kadınların girişimci faaliyet konusunu, kişisel özelliklerini ve motivasyon teşviklerini incelemişlerdir. Bunun için 1999 – 2009 yıllarını kapsayan bir dönemde Pire şehri ve bölgesindeki “1600” firmadan veriler toplamış ve panel metodolojisi yaklaşımıyla kadın girişimciliğin ana belirleyicilerini keşfetmek için analiz etmişlerdir. Bulgularını itme ve çekme faktörlerinin ve etkili öğrenme çerçevesinin bir kombinasyonu şeklinde özetlemişlerdir. Buna göre başarısız olma riski, eğitim seviyesi, yaratıcılık, yenilikçilik, hırs ve medeni durum gibi kişisel ve karakteristik özelliklerin Yunanistan'da yeni bir girişime başlarken büyük önem taşıdığını belirtmişlerdir. Ayrıca etkili destek politikalarının tasarlanmasının ve uygulanmasının kadın girişimlerinin başlangıç dönemi ve erken aşamaları için hayati önem taşıdığını ifade etmişlerdir (Apergis ve Pekka-Economu, 2010, s.371-387).

Soyak, (2010), çalışmasında Türkiye gibi kadının ekonomik faaliyetlere katılımının (özellikle belirli bölgelerde) çok düşük düzeyde kaldığı ülkelerde, kadın girişimciliği ve mikro-finans konularının daha da önem kazanmakta olduğunu ifade etmiş ve mikrofinans

kavramının Türkiye ve dünyadaki gelişimi doğrultusunda yoksul ve mağdur kadınların girişimciliği üzerine odaklanmıştır. Bu amaçla Türkiye'deki bazı sivil toplum kuruluşlarının etkinlikleri ve bu etkinliklerin sosyoekonomik sonuçlarını analiz etmiş ve değerlendirmiştir. Mikrofinans sayesinde kendi işinin sahibi olan kadınların bir yandan hane halkı içinde kendi konumunu güçlendirmekte, diğer yandan aile bireylerinin eğitim gibi temel insani ihtiyaçlarını karşılama konusunda olumlu dışsallıklar sağlamakta olduklarını ifade etmiştir. Ayrıca sosyoekonomik açıdan güçlenen kadınların yalnızca kendileri ve aileleri açısından değil, içinde yaşadıkları bölgenin de gelişmişlik farklılıklarını azaltma konusunda ciddi sosyoekonomik roller üstlendiklerini belirtmiştir. Bununla birlikte mikrofinans ile ilgili programlardan en fazla yararlananların kadınlar gibi görünmesine karşın, krediyi kullananların genellikle erkekler olduğunu belirtmiştir (Soyak, 2010, s.129-144).

Yüzüak (2010), çalışmasının amacını üniversitelerde öğrenim gören kız öğrencilerin girişimcilik eğilimini etkileyen faktörleri belirlemek olarak ifade etmiştir. Bu bağlamda alınan girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi varsayılan davranış kontrolü, kişisel norm ve davranışa yönelik tutum unsurları olmak üzere üç boyutlu olarak araştırılmıştır. Sonuç olarak ailede girişimci olmasının, anne ve babanın eğitilmiş olmasının ve alınan girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerinde oldukça etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca alınan girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimi unsurlarından olan davranışa yönelik tutum ve varsayılan davranış kontrolü unsurları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır (Yüzüak, 2010, s.1-94).

Estrin ve Mickiewicz (2011), çalışmalarında erkek ve kadınların yeni iş kurmaya yönelik kararlarında kurumların etkilerini araştırmışlardır. Bu çalışma için, her yıl en az 2000 kişinin katılımı ile gerçekleşen ve 55 ülkeyi kapsayan "Global Entrepreneurship Monitor" anketinden elde ettikleri verileri "World Bank", "Economist Intelligence Unit", "Polity IV" ve "Heritage Foundation" gibi kuruluşlardan elde ettikleri ülke bazında verilerle birleştirerek bir veri seti oluşturmuşlardır. Devletin özel sektöre müdahalesinin daha yoğun olduğu ülkelerde kadınların girişimcilik faaliyetlerini yürütmelerinin daha zor olduğunu fakat hukukun üstünlüğünün genellikle cinsiyet ayrımcılığına dair negatif etkisinin olmadığını belirtmişlerdir (Estrin ve Mickiewicz, 2011, s.397-415).

Priscilla Goby ve Eroğul (2011), çalışmalarında öncelikle Orta Doğu'nun dışından gelenlerin, bölgenin geleneksel olmayan rollerdeki kadınlar için tehlikeli olduğunu düşünmeye meyilli olduklarını, bu durumun bazı veya belirli bölgeler için geçerli olsa da

tüm Orta Doğu için geçerli olmadığını belirtmişlerdir. Birleşik Arap Emirlikleri'nin tüm vatandaşlarını hızla değişen ve gelişen sosyal ve kültürel ortama dahil etmeye çalıştıklarını ve bu programın bir parçası olarak da yeni iş girişimlerinde bulunmak isteyen kadınlara yönelik destek programları geliştirdiklerini ifade etmişlerdir. Anket yöntemini kullandıkları çalışmalarında, Birleşik Arap Emirlikleri kadınlarının girişimcilik başarılarını etkileyen kilit faktörleri belirlemişlerdir. Bunları; kadın girişimlerinin başarısını arttırmaya yönelik yasal girişimler, kadınları ticari girişimlerde zorlayan/sınırlayan sosyo-kültürel gerçekler, Birleşik Arap Emirlikleri'nin güçlü kollektivist kültürünün kadınlar arasındaki iş ağı üzerindeki etkileri ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin kadınların girişimcilik çabalarına yönelik motivasyonları olarak sıralamışlardır (Priscilla Goby ve Eroğul, 2011, s.329-334).

Itani, Sidani ve Baalbaki (2011), çalışmalarının amacını Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki (BAE) kadın girişimcilerin durumunu değerlendirmek ve kadın girişimlerin modelini çizmek olarak ifade etmişlerdir. Geniş anlamda bakıldığında BAE'deki tipik kadın girişimci profilini oluşturmak, işletmelerinin/girişimlerinin özelliklerini ana hatlarıyla belirlemek, girişimin başlangıç aşamasında karşılaştıkları zorlukları, girişimcilik motivasyonlarını, itici güçleri, tatmin edici durumları ve hayal kırıklarını tanımlamak olarak ifade etmişlerdir. Çalışmalarında görüşme/röportaja dayalı nitel bir yöntem kullanmışlardır. Bu görüşmeler 2 ay boyunca 16 kadın girişimci ile gerçekleştirilmiştir. Görüşülen kadınların, girişimcilik yaşamları ile ailevi, sosyal ve kişisel yaşamları arasında herhangi bir çatışma yaşamadıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte iş yaşamında kendi ayakları üzerinde durmaktan mutlu olsalar da, girişimlerinin başlangıç döneminde destek eksikliğinden, toplum ve geleneklerinden, kişisel ve ailevi nedenlerden kaynaklı sorunlar yaşamış olduklarını ifade etmişlerdir (Itani, Sidani ve Baalbaki, 2011, s.409-424).

Robb ve Watson (2012), çalışmalarında önceki çalışmalar incelendiğinde genellikle kadınlara ait işletmelerin erkeklere ait işletmelere göre performanslarının düşük olduğunu gördüklerini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte bu çalışmalarda kullanılan performans ölçümlerinin ve/veya kilit demografik farklılıkları kontrol edememenin de bu sonuca katkısı olduğunun düşünülebilir olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin çok az çalışmanın hacme/boyuta göre düzenlenmiş performans ölçüm yöntemlerini kullanmış olduğunu ancak kadın girişimcilerin erkek meslektaşlarına oranla daha küçük işletmeler kurma ve yönetme eğiliminde olduklarının bilinen bir gerçek olduğunu ifade etmişlerdir. 2004

yılında ABD’de faaliyete başlayan 4000’den fazla yeni girişimin beş yıllık veri tabanını kullanarak, uygun performans ölçütleri kullanılıp önemli demografik özellikler kontrol edildiğinde kadın ve erkek sahipliğindeki işletmelerin performansları arasındaki farkların ortadan kalkıp kalkmadığını incelemiştir. İncelemeye konu olan performans ölçütleri olarak dört yıllık işletme kapanma oranlarını, varlık geri dönüş oranını (Return on Assets) ve Sharpe oranını kullanmışlardır (Risk Ölçütü). Tek değişkenli test sonuçlarının beklentiler ile doğru orantılı olduğunu, yani uygun performans değerlendirme ölçütleri kullanıldığında kadın ve erkek sahipliğindeki işletmelerin performansları arasında kayda değer bir farklılık olmadığını ifade etmişlerdir. Ayrıca bu sonuçlarının endüstri, deneyim ve çalışma saatleri gibi demografik farklılıkları kontrol eden çok değişkenli analizler tarafından desteklendiğini de belirtmişlerdir (Robb ve Watson, 2012, s.544-558).

Xavier vd. (2012), çalışmalarında maaşlı işlerinden küçük ve orta ölçekli işletme sahipliğine geçiş yapan kadın girişimcileri incelemek amacıyla kendi işini kuran 153 kadının yer aldığı bir örneklem kullanmışlardır. Araştırma hedeflerini kadınların kendi girişimlerini başlatmak için işten ayrılmasına neden olan faktörleri, kişisel ve girişimsel özellikleri ve ücretli istihdamdan işletme sahipliğine geçiş sırasında karşılaştıkları zorlukları incelemek olarak özetlemiştir. Bunun için e-posta ve faks ile iletilen ya da elden teslim edilen anket yöntemini kullanmışlardır. Kadınların iş sahibi olmak için ücretli işlerinden ayrılmalarını teşvik eden faktörlerin başında kişisel gelişim, bağımsızlık ve ekonomik kazanım elde etme ihtiyacı gelmekte olduğunu belirtmişlerdir. İşini tutkuyla yapmak, insanları dinlemek, iletişim becerileri ve öz disiplin işletme sahibi kadınlar arasındaki en yaygın özellikler olarak saptanmıştır. Sonuç olarak ulaştıkları başlıca girişimcilik becerilerini güven, liderlik, problem çözmede yaratıcı düşünme, planların yürütülmesinde etkin ve etkili olma, analitik düşünme, esneklik ve kişisel yaşam ve iş yaşamı arasında denge kurabilme yeteneği olarak ifade etmişlerdir. Katılımcıların karşılaştığı zorlukların ise profesyonel personel eksikliği, genel personel sıkıntısı, büyüme ve kalkınma sorunları, yüksek genel giderlere bağlı mali kısıtlamalar ve uzmanların tavsiyelerinden faydalanamamak gibi genel sorunlar olduğunu belirtmişlerdir (Xavier vd., 2012, s.321-334).

Morçin (2013), herhangi bir etnik köken ve cinsiyet ayrımından bağımsız olarak, bireylerin doğuştan getirmiş oldukları ve yaşadıkları toplumun kültürüyle şekillenen girişimcilik kültürlerinin özelliklerini kavramsal olarak analiz etmeyi amaçlamıştır. Teorik değerlendirmeler sonucunda, Türk kadın girişimcisinin, daha çok kolektif,

belirsizlikten kaçınma derecesi daha yüksek, daha dişil, güç mesafesi daha yüksek ve zaman oryantasyonu daha çok kısa dönem odaklı Türk kültüründen etkilenerak yetişmiş olduğunu ve bunun iş yaşamına çeşitli şekillerde yansıdığını ifade etmiştir (Morçin, 2013, s.167-190).

Göküş, Özdemiray ve Göksel (2013), çalışmalarını yaptıkları dönemde Türkiye’de yüksek ekonomik büyümeye rağmen bölgeler arasındaki büyük gelişmişlik farklarının halen devam etmekte olduğunu ifade etmişlerdir. Bu farkları minimum seviyeye indirmek amacıyla sürdürülmesi gereken önemli kamu politikalarından biri de kadın girişimciliğinin desteklenmesi olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmalarında kadınların toplumdaki statülerini yükseltme, ekonomik özgürlüklerini geliştirme gibi konularda önemli bir yere sahip olan kadın girişimciliğinin bölgesel kalkınma açasından öneminin incelenmesini amaçlamış ve daha önce bu konuda yapılan çalışmaların sonuçlarını analiz etmişlerdir. Sonuç olarak kadınların önemli bir bölümünün iş yaşamında karşılaştıkları taciz ve mobbing gibi olaylar ya da zor çalışma şartları gibi nedenlerle sadece geçimlik üretim, ev içi üretim ve gönüllü çalışma gibi kayda geçmeyen faaliyetlerde çalışmakta olduğunu ve bu faaliyetlerle bile ekonomik kalkınmaya ciddi düzeyde katkı yapmakta olduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla hem bölgesel kalkınmanın sağlanması hem de kadınların kendini güvende hissettiği bir ortamda çalışarak kendi içsel tatminini sağlaması ve toplumsal statüsünün yükselmesi için kadın girişimciliğinin desteklenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir (Göküş, Özdemiray ve Göksel, 2013, s.87-97).

Kalnins ve Williams (2014), literatürdeki çalışmaların erkek ve kadın girişimciler arasındaki farkları açaıklamak için birçok teorik perspektif oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmacılar bu konuyu inceleyerek iş sürekliliği ve toplam işletme ömrü ile ilgili hipotezler oluşturmuşlardır. Texas’ta bir milyon mülk sahibinin verilerini kullanarak, oluşturdukları hipotezlerini farklı endüstriler ve coğrafi bölgeler için ayrı ayrı toplumsal cinsiyet etkilerini tahmin ederek test etmişlerdir. Sonuç olarak kadınların sahip olduğu işletmelerin sürekli olarak ve birçok bölgede erkeklere ait işletmelerden daha uzun süre ayakta kaldığı sonucuna ulaştıklarını ifade etmişlerdir (Kalnins ve Williams, 2014, s.822-835).

Keskin (2014), çalışmasında Türkiye’de kadın girişimciliği üzerine yapılan bazı çalışmalar ve mevcut veriler doğrultusunda kadın girişimcilerin durumunu ortaya koymaya çalışmıştır. Sonuç olarak Türkiye’de rakamlar kadın girişimci sayısının oldukça düşük olduğunu ve ülke nüfusunun yarısını oluşturan ve önemli girişimcilik potansiyeli

bulunan kadınların girişimcilik alanında etkin olarak kullanılmadığını göstermiştir. Kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerin büyük çoğunluğunun mikro ölçekli işletmeler olduğunu belirtmiş ve bu nedenle ülke önceliklerini dikkate alarak bu işletmeleri geliştirici politikalar geliştirilip uygulamaya konulması gerektiğini ifade etmiştir. Kadın girişimciliğinin sadece işsiz ve yoksul kadınların hane gelirini artırıcı faaliyetlerini ve mikro kredileri içeren bir kavrama dönüştürülmemesi gerektiğinin altını önemle çizmiştir (Keskin, 2014, s.71-94).

Rey-Marti, Porcar ve Mas-Tur (2015), çalışmalarında girişimcilerin davranışlarının örgütsel davranış kuramı çerçevesinde analizinin kadın girişimciliğine ilişkin oldukça popüler bir araştırma alanı olduğunu ifade etmiş ve bununla birlikte çalışmalarının amacının işletmelerin yaşamlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmeleri için kadın girişimcilerin motivasyonlarını analiz etmek olarak tanımlamışlardır (risk eğilimi, iş - yaşam dengesini bulma, iş becerilerini geliştirme isteği, kendi hesabında çalışma ihtiyacı ve ücretli istihdamdan fazla kazanma arzusu). Çalışmalarında nitel karşılaştırmalı analiz yöntemi olarak csQCA sistemini (Crisp-Set Qualitative Comparative Analysis) kullanmışlardır. Analiz sonuçlarına göre daha iyi bir iş-yaşam dengesi peşinde koşan kadınların başarı oranının daha düşük, risk alma motivasyonu daha yüksek olan kadınların başarı olasılığının daha yüksek olduğunu ifade etmişlerdir (Rey-Marti, Porcar ve Mas-Tur, 2015, s.810-814).

Ahl ve Nelson (2015), kadın girişimcilerin İsveç ve ABD’de 1989 – 2012 yılları arasında girişimcilik politikaları aracılığıyla konumlandırılmalarını araştırmışlardır. İsveç’in benzersiz aile dostu refah devleti göz önüne alındığında farklı sonuçlar beklediklerini, fakat her iki ülkede de kadın girişimciliğini diğer amaçlar için destekleyen (ekonomik büyüme gibi), kadınları “öteki” konumuna yerleştiren, kadınların iş tecrübelerini şekillendiren durumları dikkate almadan onların yetersizliklerinden veya ne kadar sıra dışı olduklarından bahseden söylem ve politikalarla karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Sonuç olarak yaptıkları analizlerden ABD ve İsveç yaklaşımlarını hizalayarak ve birbirinden ayırarak söylemler aracılığıyla sundukları varsayımların kavramsal bir şemasını türettiklerini ifade etmişlerdir (Ahl ve Nelson, 2015, s.273-291).

Arıkan (2016), çalışmasında dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla çeşitli proje, program ve çalışmalar yürütülmekte olduğunu ancak tek başına bu programların yeterli olmadığını, girişimci kadınların yaşadıkları engellerin belirlenmesi ve bu engellerin ortadan kaldırılması

gerektiğini ifade etmiştir. Çalışmasının amacını Bursa ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin; mevcut faaliyetlerini tespit etmek, girişimci olma nedenlerini belirlemek, başarı veya başarısızlıklarına etki eden faktörleri ortaya çıkarmak olarak ifade etmiştir. Araştırma Bursa ilinde firma sahibi olan 90 kadınla online anket yoluyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmasının sonucunda kurumsal engeller, gerekli finansmana ulaşamamak, sermaye eksikliği başarıyı azaltan değişkenler olarak tespit edilmiştir. Kurumsal destek ve girişimci özellikleri ise başarıyı arttıran anlamlı ve etkili değişkenler olarak belirlenmiştir (Arıkan, 2016, s.138-156).

Brush vd. (2017), çalışmalarının amacını insan sermayesi faktörlerinin (eğitim ve algılanan yetenekler) ve bağlamsal faktörlerin (ekonomik ve politik düzenlemeler) kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklı girişimcilik oranlarını (start-up) açıklayıp açıklayamadığını, “Global Entrepreneurship Monitor” ile “World Economic Forum Global Gender Gap” verilerinden yararlanarak belirlemeye çalışmak olarak belirtmişlerdir. Çalışmalarının sonuçları göstermektedir ki; ekonomik katılım ve girişimciliğe özgü insan sermayesinin etkileri (algılanan yetenekler) kadın girişimcilerin başarılı start-up oranlarını etkileyen en önemli faktörlerdir (Brush vd., 2017, s.105-113).

Literatürde incelenen çalışmalar kadın girişimciliğinin küresel önemini gözler önüne sermektedir. Ülkemizde de kadın girişimciliğini hak ettiği noktaya getirmek adına oldukça başarılı akademik çalışmalar yapılmış ve ilgili kurumlar aracılığıyla destek ve teşvik politikaları oluşturulmuştur. Fakat bunların tek başına yeterli olmadığı istatistikler aracılığıyla görülmektedir. Ayrıca literatürde incelenen çalışmalar da bu savı destekler niteliktedir. Kadın girişimciliği tek başına ekonomik bir araç değil aksine kadın statüsünün gelişiminin bir göstergesidir. Girişimcilik genelinde ve kadın girişimciliği özelinde sosyoekonomik anlamda başarıya ulaşabilmek için cinsiyete dayalı kalıplaşmış rollerin dışına çıkılmalı ve modern toplumda Türk kadını her alanda desteklenmelidir.

2.1. Kadın Girişimciliği Kavramı ve Kavramın Temel Özellikleri

Aynı “Girişimcilik” kavramında olduğu gibi, “Kadın Girişimciliği” kavramında da birden fazla tanımdan söz etmek mümkündür. Bu tanım karmaşasının temel sebebi kadın girişimciliğinin uzun zamandır (özellikle 1990’lı yıllardan bu yana) oldukça popüler araştırma konularından birisi olmasından kaynaklanmaktadır. Dünyadaki kadın girişimci sayısının yükselen bir ivmeyle artması ile birlikte konuya ilgi ve önem gösteren

akademisyenlerin, bilim insanlarının ve politikacılarının sayısı da doğrusal bir şekilde artmıştır. Dolayısıyla bu alanda yapılan bilimsel çalışmaların sayısı da aynı şekilde artmış ve bu çalışmaların sonucunda aşağıdaki sebepler nedeniyle farklı kapsamlarda tanımlar oluşturulmuştur. Bu nedenler;

- Çalışmanın yapıldığı dönemin iktisadî ve sosyal durumunun çalışmayı doğrudan etkilemesi
- Araştırmacıların ele aldıkları örneklemin farklı coğrafyalarda farklı kültürlerle tâbi olması ve bu durumun ekonomik hayatı doğrudan etkilemesi
- Ülkelerin yasal altyapılarındaki ve destek politikalarındaki farklılıklar nedeniyle bu alandaki gelişimin tüm coğrafyalarda eşit olmayışı olarak sıralamak mümkündür.

Kadın girişimciliği kavramını tanımlamadan önce kadın iş gücünü incelemek yerinde olabilir. Kadın iş gücü dört ana kategoride değerlendirilmektedir (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001, s.488).

1. Kadın işçiler veya memurlar
2. Kadın yöneticiler
3. Kadın girişimciler
4. Eğitim sonucunda kazandığı mesleğini icra eden kadınlar.

Bu sınıflandırma toplam nüfusa göre incelendiğinde en yüksek paya sahip olanlar özel sektörde ya da kamu hizmetinde istihdam edilen kadın işçiler veya memurlardır. Türkiye İstatistik Kurumunun en güncel verilerine göre Türkiye’de kadınların iş gücüne katılım oranı (+15 yaş) %33,6 iken bu oran erkeklerde %72,5 olarak belirtilmiştir. Kadın istihdamının en yüksek olduğu sektör ise hizmet sektörü olmuştur. Hizmet sektöründe kadın istihdam oranı %56,1 erkek istihdam oranı ise %53,2 olarak açıklanmıştır (TÜİK).

Günümüzde kadının toplumdaki ve konumuz gereği iş yaşamındaki yerine yönelik ön yargılar geçmişle kıyaslanamayacak ölçüde azalmasına rağmen özellikle yüksek mevkilerdeki kadınlar söz konusu olduğunda bu ön yargılar gizli formlarda ortaya çıkabilmektedir. Cam tavan etkisi tam olarak bu durumu açıklayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınların çalıştıkları kurumlarda yükselmek istediklerinde

karşılaştıkları engelleri ve ulaşabilecekleri en üst pozisyonu temsil eden görünmez bariyere cam tavan adı verilmektedir (Akbaş ve Korkmaz, 2017, s.73).

Eğitim sonucunda kendi mesleğini icra eden kadınlara örnek olarak avukatlar ve doktorlar gösterilebilir. Bu faaliyetlerin girişimcilik olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Bir taraf bu kişilerin eğitim aldıkları, uzmanlaştıkları alanda çalıştıkları için bu faaliyetlerin girişimcilik olarak değerlendirilemeyeceğini savunmaktadır (Bedük, 2005, s.111). Diğer taraf ise bu kişilerin bir girişimci gibi üretim faktörlerini bir araya getirerek faaliyetleri sonucu kâr ya da zararı göze aldıklarını böylece de girişimci faaliyette bulduklarını iddia etmektedir (Erdun, 2011, s. 29). Her iki şekilde de ortaya konulan faaliyetin girişimsel özellikler taşıdığı inkâr edilemez görünmektedir.

Kadın girişimciliği kavramı temelde, kadınların tüm üretim faktörlerini bir araya getirerek organize ettiği, risk aldığı ve başkalarına istihdam sağladığı süreçtir. Kadın girişimci ise girişimi başlatan ve girişimin getirdiği risk ile birlikte yönetsel ve toplumsal sorumlulukları üstlenen kişi olarak tanımlanabilir. Teorik olarak girişimcilik kavramı cinsiyete dayalı olarak farklılaşmamaktadır. Gerçekleştirilen faaliyetin bir girişim olması için gereken yapı taşları kadın ve erkek girişimciler için aynıdır. Ortaya çıkan farklı engellerin nedeni önceki bölümde de açıklanan cinsiyete dayalı roller ve toplumun bu rolleri algılayış şeklidir.

Geniş anlamda kadın girişimciliği tanımı ise (Ecevit, 1993, s.20);

- Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir veya birkaç işyeri olan,
- Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran
- Herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya hizmetin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan ya da yaptıran,
- İşle ilgili olarak iletişime geçmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına iletişim kuran
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlaması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan girişimci kadın olarak literatürde yerini almıştır.

Kadın girişimciler, toplumdaki cinsiyete dayalı yerleşik kalıplar, yetersiz destek ve eğitim politikaları ve bazı durumlarda da kişisel sebepler nedeniyle girişimcilik kariyerlerinde erkek girişimcilere oranla daha fazla engelle karşılaşmaktadırlar. Bu engeller girişimcilerin motivasyonunu olumsuz yönde etkilemekte, özellikle girişimi başlatma ve büyütme evrelerinde yanlış kararlar alabilmelerine yol açmaktadır. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları engeller ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

2.2. Kadın Statüsünün ve Kadın Girişimciliğinin Tarihsel Gelişimi

Kadın statüsünün ve kadın girişimciliğinin tarihsel gelişimi Dünya’da ve Türkiye’de olmak üzere iki başlık altında incelenecektir.

2.2.1. Dünyada kadın statüsünün ve kadın girişimciliğinin tarihsel gelişimi

Dünya’da kadın girişimciliğinden bahsetmeden önce, kadınların iş gücüne katılımı incelenmelidir. Öyle ki girişimcilik olgusundan önce kadınların ailelerinden ya da eşlerinden bağımsız karar alabilmek ve buna göre hareket edebilmek için oldukça uzun süren çetin mücadeleler verdikleri bilinmektedir. Bu arzularını meşrulaştırmak için kamusal alanda bir takım haklara ihtiyaç duymuşlar ve bu taleplerini zaman zaman dile getirmişlerdir.

Arkeolojik bulgular göstermektedir ki, M.Ö 200 yıllarında Babil İmparatorluğu’nda kadınlara bir işle uğraşma ve yazı yazma hakkı verilmiştir. 14. yüzyıla gelindiğinde İngiltere’de ve Fransa’da kadınlar saraycı, berber, terzi ve mahmuzcu olarak esnaf ve işçi sınıfına dâhil olmuşlardır. Hatta bu alanlardaki yeteneklerinden ötürü çoğu zaman erkeklerle eşit görülmüşlerdir. Bu ve bunun gibi örnekler tarih boyunca görülmüş ve kaydedilmiştir. Fakat sanayi devrimine kadar tam anlamıyla bir kadın iş gücünden söz etmek mümkün değildir.

18.yüzyılın ikinci yarısında İngiltere’de başlayan ve daha sonra Kuzey Avrupa ve Kuzey Amerika’ya yayılan sanayi devrimi ile birlikte kadınlar iş gücüne katılmış ve çalışma hayatında ihtiyaç duydukları özlük hakları için İngiltere ve Amerika’da grev, yürüyüş, protesto gibi araçları kullanarak mücadele vermişlerdir. Örneğin 1845 yılında ABD’nin Pensilvanya eyaletindeki bir iplik fabrikasında 1500 kadın işçi çalışma şartlarının haftada 6 gün ve günde 10 saat olarak değiştirilmesi için 1 ay gibi uzun bir

süre boyunca grev yapmışlardır (Güleç, 2011, s.38). Yine, 19-20 Temmuz 1848 tarihlerinde Seneca Falls/New York'da, kadın hakları savunucuları Elisabeth Candy Stanton ve Lucretia Moot aşağı yukarı 100 kişinin katıldığı ilk kadın hakları kongresini düzenlemişlerdir³ Yine Stanton ve Moot ABD “Bağımsızlık deklarasyonu” nda “...tüm erkekler eşit doğmuştur.” maddesinin “...tüm kadınlar ve erkekler eşit doğmuştur” olarak değiştirilmesini istemişlerdir (Güleç, 2011, s.38). Kronolojik incelemeler göstermektedir ki, kadınların ilk talepleri kamusal alanda çalışma yaşamını ve siyasal yaşamı kadınlar lehine düzeltmek, iyileştirmek yolunda olmuştur.

Aynı dönemlerde Avrupa'da da kadın haklarına yönelik bazı gelişmeler olmuştur. Bu gelişmeler özetle ve kronolojik olarak şu şekilde sıralanabilir (Güleç, 2011, s.39);

- 1864 yılında I. Enternasyonal'de “Uluslararası İşçi Birliği” kurulmuş ve Genel Konsey tarafından kadınların üyeliğe alınması onaylanmıştır.
- 1867 yılında John Stuart Mill, İngiltere Parlamentosu'nda kadınlara oy hakkı tanınmasını talep etmiştir.
- 1889 yılında Londra'da May&Briant için çalışan 700 civarı kadın işçi vasıfsız işçiler arasında sendikalaşmayı başlatan bir kıvılcım olmuş, 1888 – 1889 yıllarında binlerce kadın işçi sendikalı olmuştur.
- 1900'lerin başında İngiltere'de kadınlar oy hakkı için dilekçe kampanyası başlatmışlar, bunun sonucunda yaklaşık 30.000 imzalı dilekçe Avam Kamarasına verilmiştir. İngiltere'de kadınların da erkekler gibi 21 yaşında oy kullanma hakkına sahip olması ancak 1928 yılında gerçekleşmiştir.
- 1905 yılında Moskova, Petersburg, Minsk, Yamta, Saratov, Vilna ve Odessa gibi Rusya'nın büyük şehirlerinde ilk kez kadın hakları mitingleri düzenlenmiştir.
- 1908 yılında Almanya'nın tamamında kadınlara siyasi partilere üye olabilme hakkı tanınmıştır.
- 1947 yılında Birleşmiş Milletler bünyesinde “Kadının Statüsü Komisyonu” kurulmuş, tüm üye ülkelerde kadının statüsü ve kadınların sorunları üzerine çalışmalar başlatılmıştır.

³ <https://history.house.gov/Exhibitions-and-Publications/WIC/Historical-Essays/No-Lady/Womens-Rights/> (Erişim Tarihi: 09.04.2019)

Sanayi Devrimi ile başlayan bu süreçte kadınlar işçi sınıfına dâhil olmuş sonrasında ise 2.Dünya Savaşı'nda erkeklerin cepheye giderek savaşa katılması ve savaş nedeniyle erkek nüfusunun azalması sonucunda çalışma yaşamında daha aktif olarak yer almışlardır. Bu dönemde kadınlar çalışma yaşamında yalnızca işçi olarak değil aynı zamanda eşlerinden, ailelerinden kalan işletmelerde işveren konumunda olarak da faaliyet göstermişlerdir (Celepli, 2011, s.35).

1980'li yıllara gelindiğinde ise liberalizmin ve girişimciliğin etkisi hem gelişimini tamamlamış hem de gelişmekte olan ülkelerde yoğun bir şekilde kendisini göstermiştir. Özellikle ABD, İngiltere ve Kanada gibi ülkelerde yapılan araştırmalar ve istatistikler, bu dönemde kadın girişimciliğinin hızla arttığını, işletmelerin erkekler tarafından kurulması ve yönetilmesi gerektiği yönündeki algının yıkılmaya başladığını göstermektedir. Bu gelişmelerin sonucunda kadınlar toplum tarafından kendilerine dayatılan rollerden çıkarak ve önlerindeki engelleri aşarak sosyo-ekonomik yaşamda lider, girişimci, yönetici gibi üst düzey aşamalara ulaşmışlardır.

2.2.2. Türkiye'de kadın statüsünün ve kadın girişimciliğinin tarihsel gelişimi

Türklerin kurdukları ilk büyük devletlerden olan Göktürkler, Uygurlar ve Oğuzlarda kadınlar her zaman önemli görevler üstlenmiş ve yönetimde söz sahibi olmuşlardır. Fakat iktisadî anlamda kadının sosyoekonomik yaşama dâhil olması ilk defa Osmanlı Devleti döneminde gerçekleşmiştir. Bu dönemde kadınların çeşitli alanlarda çalışma hayatında yer aldıkları, hatta kanunların ve toplumsal normların izin verdiği ölçüde ticaretle uğraştıkları bilinmektedir. Özellikle taşrada yaşayan kadınlar tarımla uğraşmış, el sanatları üretimine katılmış ve atölyelerde çalışmışlardır. Kentlerde ise bohçacılık yapma (haremdaki kadınlara elbise ve mücevher satma), dokuma tezgâhlarında ve hamamlarda çalışma gibi işlerle uğraşmışlardır (Dulum, 2006, s.55).

Kadının sosyal yaşamdaki statüsünün yükseltilmesi gerektiği yönündeki düşünce ilk kez 19. yüzyılda Tanzimat Hareketi ile başlamıştır. Bu akımın sonrasında Osmanlı Devleti'nin son yıllarında dönemin aydınları, kadınların sosyal, ekonomik ve siyasî yaşama aktif olarak dâhil edilmesi gerektiği fikrini savunmuş ve bunun gerçekleştirilmesine yönelik atılan ilk adım ise kadınların eğitim almaları yönünde olmuştur (Erdun, 2011, s.40).

I. Dünya Savaşı nedeniyle azalan erkek nüfusu kadınların çalışma hayatına atılma sürecini olumlu yönde etkilemiştir. Bu dönemde kadınlar ailelerini geçindirmek için çeşitli işlerde çalışmışlardır. Bazı kadınlar ise eşlerinden veya babalarından kalan işletmelerin başına geçerek ilk işletmecilik deneyimlerini yaşamışlardır. Ayrıca devlet dairelerinde kadın memurların çalıştırılması uygulamasına ilk kez bu dönemde başlanmıştır.

Cumhuriyetin ilanı ile birlikte sayıları az olan ve yeterli sermayeleri olmayan potansiyel girişimciler için devlet eliyle girişimciliğe özendirme politikaları uygulanmaya başlanmıştır. Yeni devlet yönetimi ile birlikte girişimci bir sınıf oluşturma çalışmalarına başlanmış ve hedef olarak sanayileşme gösterilmiştir. Ancak savaşın etkileri, maden ve demiryollarının denetimlerinin yabancı devletlerin elinde olması ve özel sektör yatırıma yönelik yeterli sermayenin olmaması gibi nedenler yüzünden uygulanan ve uygulanması planlanan politikalar yeterince etkili olamamıştır.

Cumhuriyet döneminin başlarında kadınların tarım dışı kesimde ücretli/maaşlı olarak çalışmaları hızlanarak devam etmiştir. Özellikle sanayileşme hedefi ile tarım dışı kesimde yaşanan gelişmeler, yeni anayasa ile Osmanlı Devleti'nde kadınların hareketlerini kısıtlayan hukuk kurallarından vazgeçilmesi ve devlet eliyle iktisadî gelişim politikalarının etkisiyle birlikte kadınlar sosyoekonomik yaşama daha fazla dâhil olmaya başlamışlardır. Türkiye Cumhuriyeti Devleti tarihinde 1924 yılında yürürlüğe giren Tevhid-i Tedrisat Kanunu ve 1926 yılında yürürlüğe giren Türk Medeni Kanunu kadının sosyal statüsünün yükselmesinde önemli yere sahip hukukî reformlar olarak kabul edilmektedir. Ayrıca 1930 yılında yürürlüğe giren 1590 Sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanunu ile çalışma hayatındaki kadınların korunmasına yönelik ilk adım atılmıştır.

1930'lu yılların başlarında, uygulanmakta olan liberal ekonomi politikalarının başarısı sorgulanmaya başlanmıştır. Uluslararası ticaret hacmi azalırken devletin ekonomiye müdahalesi artmaya başlamıştır. Devletçilik politikası kapsamında özel sektörü geliştirmeye yönelik olarak tasarlanan ve özel sektörün yetersiz olduğu alanlarda devletin yatırım yapmasını ve bu sektörleri geliştirmesini ön gören Birinci 5 Yıllık Kalkınma Planı bu dönemde hazırlanmıştır. Başarıyla uygulanan ilk plandan sonra özel sektördeki sermaye eksikliği ve II. Dünya Savaşı'nın olumsuz etkileri nedeniyle ulusal ve uluslararası alanda ekonomik olarak istenen büyüme sağlanamamış, girişimcilik yeterince geliştirilememiştir.

1946 ve 1960 yılları arasında girişimciliği teşvik etmek ve geliştirmek adına bir dizi kanun çıkartılmış, iktisadi devlet teşekkülleri kurulmuş ve üretim hacmini arttırmak temel hedef olarak belirlenmiştir. Bu dönem (özellikle 1950’li yıllar) günümüz Türkiye’sinin en büyük şirketlerini kurmuş sanayicilerin iş dünyasına atıldıkları ya da asıl servetlerini oluşturdukları dönem olarak da dikkat çekmektedir (Erdun, 2011, s.42).

Ekonomi ve sanayi politikalarının temelini ithal ikameciliğin oluşturduğu 1960 – 1980 arası dönemde yaşanan en önemli gelişme planlı ekonomi sistemine geçiş çalışmalarının yapılması ve süreci yönetmesi için Devlet Planlama Teşkilatı’nın kurulması olmuştur. Ayrıca Türk girişimcilik tarihindeki bir diğer önemli gelişme ise 1971 yılında Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği’nin (TÜSİAD) kurulmasıdır.

Türkiye’de girişimciliğin özellikle 1980’li yıllardan sonra büyük bir ivme kazanarak gelişme göstermesinin en önemli nedenlerinden biri şüphesiz ki 1980 yılında alınan 24 Ocak kararlarıdır. 24 Ocak 1980 kararlarıyla serbest piyasa ekonomisine geçiş sağlanmış, küresel piyasalar ile bütünleşme sağlayabilmek için yeni ekonomi politikaları devreye sokulmuş ve girişimciliği geliştirmek adına yeni destek programları hazırlanmıştır. 1980’li yılların kadın girişimciliği açısından önemi; kadın meselesinin ilk kez ekonomik ve toplumsal gelişmeyle bağlantılı olarak bu dönemde ele alınmış olmasıdır. Sosyoekonomik kalkınmada kadının rolü bu dönemde tartışılmaya başlanmış ve kadın girişimciliğinin yalnızca bir istihdam meselesi olmadığı bununla birlikte toplumun her kesiminde kadın erkek eşitliğinin toplumsal kalkınma için hayati bir önem taşıdığı ifade edilmiştir.

Akademik çalışmalar ve araştırmalar incelendiğinde Türkiye’de kadın hareketi (kadının sosyal statüsünün durumu, kadın istihdamı ve kadın girişimciliği), Cumhuriyet öncesi dönem, Cumhuriyet ve 1980 arası dönem ve 1980 sonrası dönem olarak üç aşamada incelenmektedir (Soysal, 2010, s.89). Bu sınıflandırma itibarıyla 1980 sonrası dönem kadın hareketinin hız kazandığı dönem olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca 1980 öncesi dönemlerde kadın hareketleri erkeklerce başlatılmış ve yönlendirilmiş olmasına rağmen, 1980 sonrası dönemde bu hareketin yönetimine kadınlar geçmiştir.

Toplumsal yaşamın her alanında kadının konumunun güçlendirilmesi ve kadınlara karşı cinsiyet temelli her türlü ayrımcılığın önlenmesi amacıyla ülkemizde 1990 yılında Başbakanlığa bağlı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSSGM) kurulmuştur. Bu kurum kadının sosyal statüsünü geliştirmek, kadın istihdamını ve kadın girişimciliğini

desteklemek amacıyla günümüzde halen faaliyet göstermektedir. Kurumun 2018-2023 dönemlerini kapsayan “Kadının Güçlenmesi Strateji Belgesi ve Eylem Planı” isimli farklı alanlarda kadınların güçlenmesine yönelik uygulanacak politikaları açıkladıkları eylem planı bulunmaktadır. Bu plan beş temel politika eksenine (eğitim, sağlık, ekonomi, karar alma mekanizmalarına katılım ve medya) ilişkin mevcut durumu, temel amaçları, stratejileri ve faaliyetleri organize etmek amacıyla düzenlenmiştir.⁴

Kadın hareketini desteklemek amacıyla atılan adımları hızlandıran bir diğer etmen ise Türkiye'nin imzaladığı uluslararası anlaşmalar olmuştur. 1985 yılında imzalanan CEDAW ya da “Kadına Karşı Her Türü Ayrımcılığın Yok Edilmesi Sözleşmesi” ve 1995 yılında imzalanan Pekin Deklarasyonu bu anlamda öne çıkan anlaşmalardır.

1990'lı yılların sonlarına doğru, kadınları, ücretli istihdamlarının yanı sıra ekonomik kazanç sağlayabilmeleri için küçük işletmeler kurmaları ve geliştirmeleri konusunda teşvik etmek, kadın girişimciliğini yaygınlaştırmak ve ekonomik kalkınmaya destek olmak adına gerekli bir adım olarak görülmüş ve kadın girişimciliği projeleri kurumsallaştırılmaya başlanmıştır (Sallan Gül ve Altındal, 2016, s.1367).

Türkiye'nin 1999 yılındaki Helsinki Avrupa Birliği Zirve Toplantısında aday ülke ilan edilmesinden sonra kadın girişimciliğini destekleme ve kadın istihdamını artırma çalışmaları büyük bir ivme kazanmıştır (Sallan Gül ve Altındal, 2016, s.1367). Avrupa Birliği uyum politikaları çerçevesinde sosyokültürel bazda kadın-erkek eşitliğini temel alan çalışmalar ve projeler ciddi bir şekilde ele alınmıştır. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı başta olmak üzere, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü ve Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) kadın girişimciliğini destekleyen ve bu alana yönelik arz yaratmayı hedefleyen kurumların başında gelmektedir. Bunlara ek olarak kadın girişimciliğini destekleme ve geliştirme çalışmaları kapsamında; Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), kamu destekli bankalar (Ziraat Bankası, Halk Bankası ve Vakıfbank), Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP), Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (ÇATOM), Girişimci Destekleme Merkezi (GİDEM), Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV), Kadın Merkezi (KA-MER), Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV), Türk Grameen Mikrokredi Projesi ve Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) gibi oluşum ve projeler sıralanabilir (Soysal, 2010, s.95).

⁴ <https://ailevecalisma.gov.tr/ksgm/> (Erişim Tarihi: 18.05.2019)

2.3. Kadın Girişimciliğinin Önemi ve Türkiye'deki Güncel Durumu

Kapitalizmin dünya ekonomisi üzerinde yarattığı etkiyle birlikte, özellikle 1980'li yıllardan bu yana girişimcilik dünya ülkeleri için büyük bir önem kazanmış ve ülkeler girişimciliği teşvik etmek adına çeşitli ekonomik destek ve eğitim programları oluşturmuşlardır (Esengül, 2012, s.33). Girişimciliğin ülkeler ve ekonomik sistem için bu denli önemli olmasının temel sebepleri yeni işletmelerin kurulması, istihdam yaratması ekonominin büyümesi ve toplumun refah seviyesinin yükselmesine katkıda bulunması olarak sıralanabilir (Kurt, Ağca ve Erdoğan, 2006, s.97).

Girişimcilik ekonomik ve sosyal kalkınmanın kaynağı olarak görülmektedir ve kadın girişimciler yeni istihdam alanları oluşturmanın potansiyel kaynaklarıdır. Tüm ülkelerin iktisadî anlamda temel amacı, sürdürülebilir büyüme ve kalkınma olarak ifade edilebilir ve tüm ülkelerde kadın girişimciler bu sisteme büyük katkılar sağlamaktadırlar.

Dünyada ve ülkemizde bulunan pek çok başarılı kadın girişimcilik örneği kadınların kendi işletmelerini kurma, yönetme potansiyeline ve isteğine sahip olduklarını göstermektedir. Birçok kadın girişimci, insanlarla ilişkiler, zaman yönetimi ve hane halkı bütçeleme gibi konulardaki yeteneklerini iş yaşamına da entegre edebilmektedir.⁵

Literatür incelendiğinde görülmektedir ki uygun koşullar sağlandığında (eğitim ve destek politikaları) kadın girişimciler en az erkek meslektaşları kadar başarılı olabilmektedir. Robb ve Watson (2012) yayımladıkları çalışmalarında uygun performans değerlendirme ölçütleri kullanılarak analiz edildiğinde, kadın ve erkek sahipliğindeki işletmelerin performansları arasında kayda değer bir farklılık olmadığını ifade etmişlerdir. (Robb ve Watson, 2012, s.544). Başarı performansları hiçte küçümsenemeyecek seviyede olmasına rağmen birçok kadın çeşitli engeller nedeniyle girişim başlatma olanağı bulamamaktadır. Bu engeller Türkiye özelinde ataerkil bir toplum olmamızdan kaynaklanmaktadır. Kadınların kendi girişimlerini başlatması, kendi işletmelerini kurması ve geliştirmesinin önündeki engellerin kaldırılması, kadın girişimcilerin erkek meslektaşlarıyla eşit şartlarda rekabet edebilecekleri bir ortam yaratacaktır. Bu durum ülkenin girişimcilik performansını ve dolaylı olarak ulusal kalkınmayı pozitif yönde etkileyecektir.

⁵ https://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/6775/12/12_chapter%201.pdf
(Erişim Tarihi: 23.04.2019)

Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin en genel sosyo – ekonomik sorunları arasında ciddi bir gelir eşitsizliği ve güçlü bir orta sınıfın yokluğu dikkat çekmektedir. Bu iki kavram birbiriyle bağlantılı olmakla birlikte, bu durumun temel nedenleri üretim faktörleri gelirlerinin toplam milli gelir içerisindeki payının düşüklüğü ve bu gelirlerin oransal dağılımındaki dengesizlik olarak açıklanabilir (Eroğlu, Çoban ve Koç, 2015, s.535).

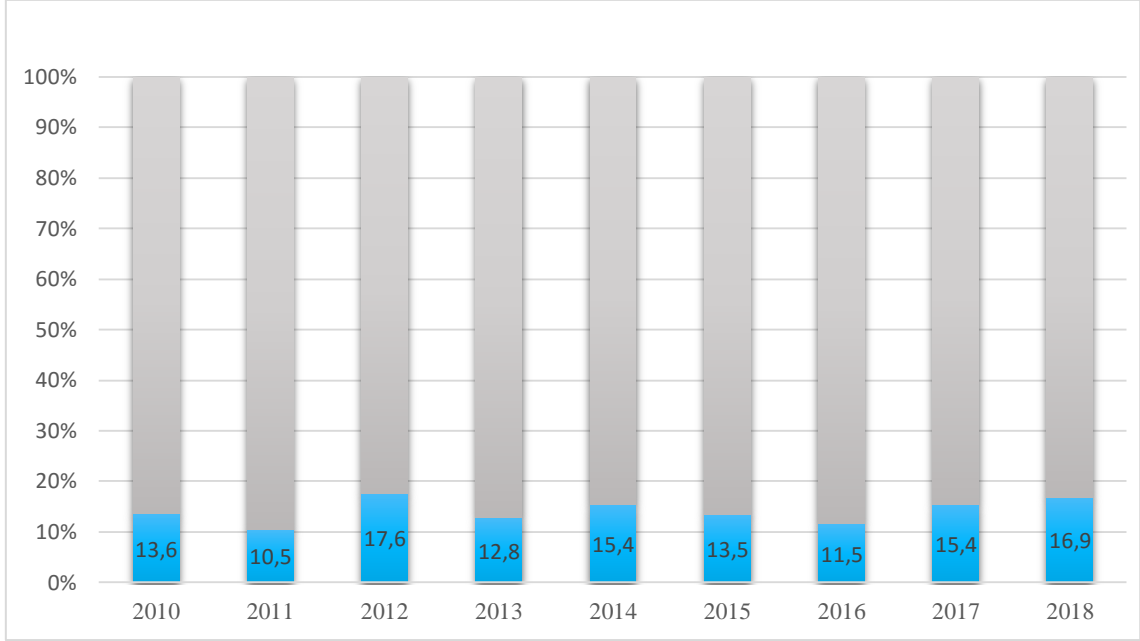
Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinde, teknik eğitim ve uygulamanın zayıf olmasına bağlı olarak etkinlik ve verimliliğin düşüklüğü, emek faktörünün vasıf düzeyinin yetersizliği ve yeterince örgütlenmemiş olması, arz – talep dengesindeki oynaklık, işsizlik oranlarındaki yükseklik, gösteriş etkisi ve marjinal talepler nedeniyle aşırı lüks mal ithalatı sonucu dış ticaret dengesinin bozulması, siyasi belirsizlik ve istikrarsızlığın devamı gibi sebepler nedeniyle yeterince girişimci bir sınıf oluşmamaktadır (Eroğlu, Çoban ve Koç, 2015, s.535).

Kadın girişimciliğinin Türkiye’deki güncel durumunu incelemek adına bazı istatistiksel veriler incelenmiştir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından 2018’de yayınlanan rapora göre, topluluğa üye ülkeler arasında kadınların iş gücüne katılım oranı en düşük olan ülke %33,6 ile Türkiye olarak açıklanmıştır. Aynı rapora göre kadınların iş gücüne katılım oranının en düşük olduğu ülkeler içinde Türkiye’yi, %43 ile Meksika ve %44,7 ile Yunanistan izlemektedir. Kadınların iş gücüne katılım oranının en yüksek olduğu ülkeler ise sırasıyla İzlanda (%78,7), İsveç (%70) ve Estonya (67,2) olarak açıklanmıştır.⁶

⁶<https://tr.euronews.com/2019/03/08/oecd-de-kadinlarin-is-gucune-katilim-oraninin-en-dusuk-oldugu-ulke-turkiye>

(Erişim Tarihi:19.04.2019)

Grafik 2.1. 2010-2018 Yılları Arasında Türkiye’de En Az Bir Kadın Girişimci/Kurucu Tarafından Başlatılan Girişimler

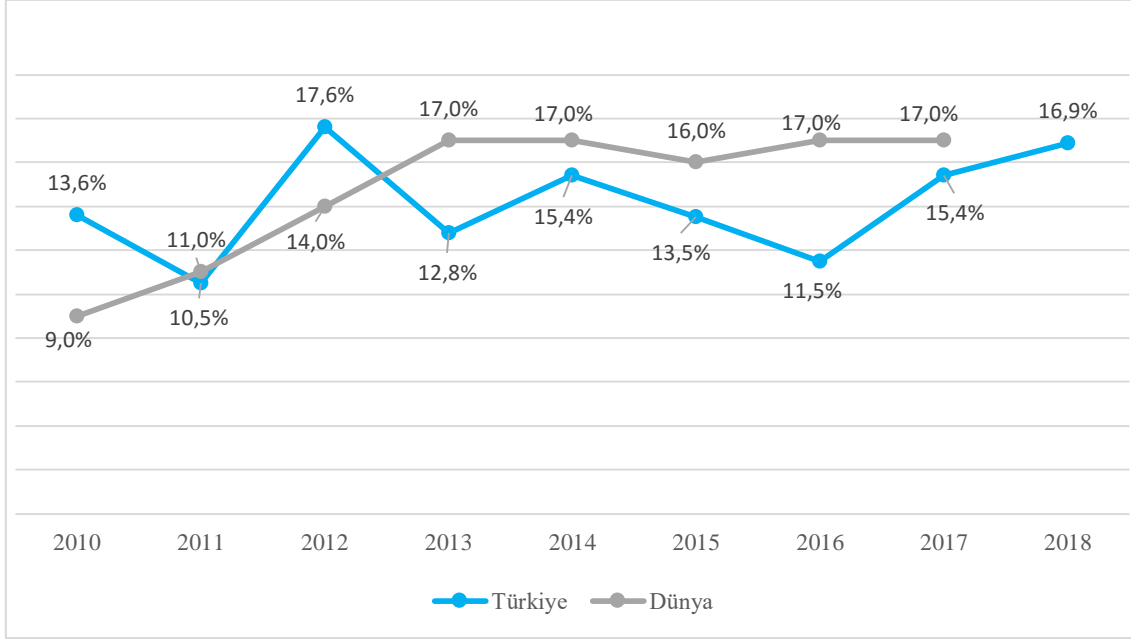


Kaynak: Global Entrepreneurship Monitor, Startups.Watch Raporu, 2019, s.3

Grafik 2.1.’de 2010-2018 yılları arasında en az bir kadın girişimci tarafından başlatılan girişimlerin toplam girişimcilik faaliyetlerine oranı görülmektedir. Bu verilere göre Türkiye’de kadın girişimciliğin toplam girişimcilik ekosistemindeki ortalaması %14 olarak hesaplanmıştır. Crunchbase veri depolama ve analiz platformunun 2017 yılında yayınladığı rapora göre tüm dünyadaki kadın girişimcilik oranı %17’dir.⁷ Türkiye’nin hem 2017 yılı oranı hem de 2010-2018 yılları arası ortalaması bu oranın altındadır.

⁷ <https://news.crunchbase.com/news/announcing-2017-update-crunchbase-women-venture-report/> (Erişim Tarihi: 19.04.2019)

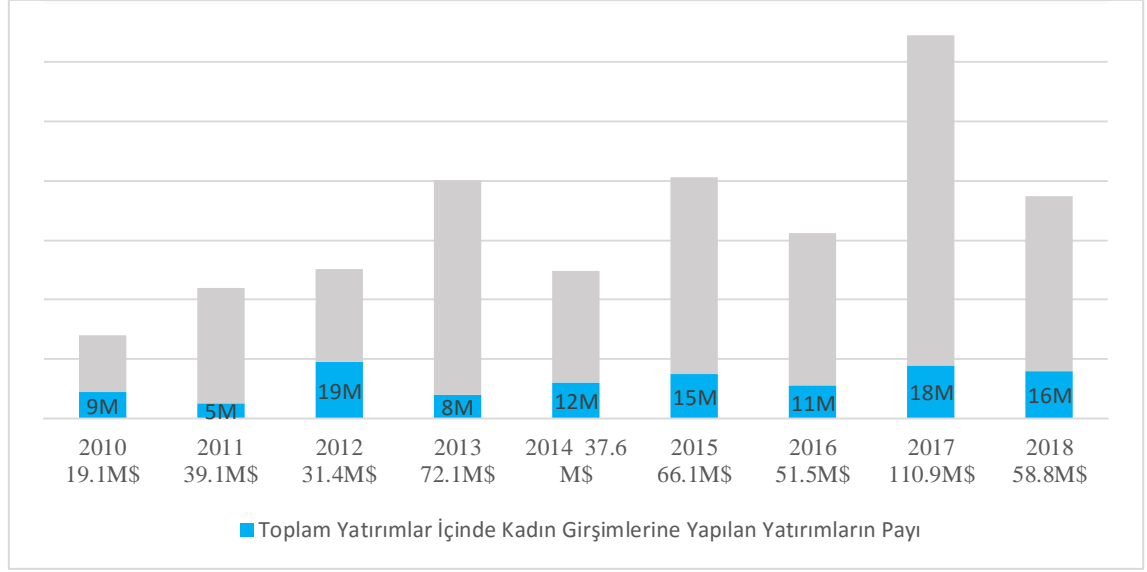
Grafik 2.2. 2010-2018 Yılları Arasında Türkiye'deki Kadın Girişimciliği Oranlarının Dünya Ortalaması ile Kıyaslanması



Kaynak: Global Entrepreneurship Monitor, Startups.Watch Raporu, 2019, s.4

Grafik 2.2.'de görüldüğü üzere Türkiye'deki kadın girişimciliği oranları yalnızca 2010 ve 2012 yıllarında dünya ortalamasının üzerindedir. 2018 yılı dünya kadın girişimcilik oranı veri olarak elde edilemediğinden grafiğe dâhil edilememiştir.

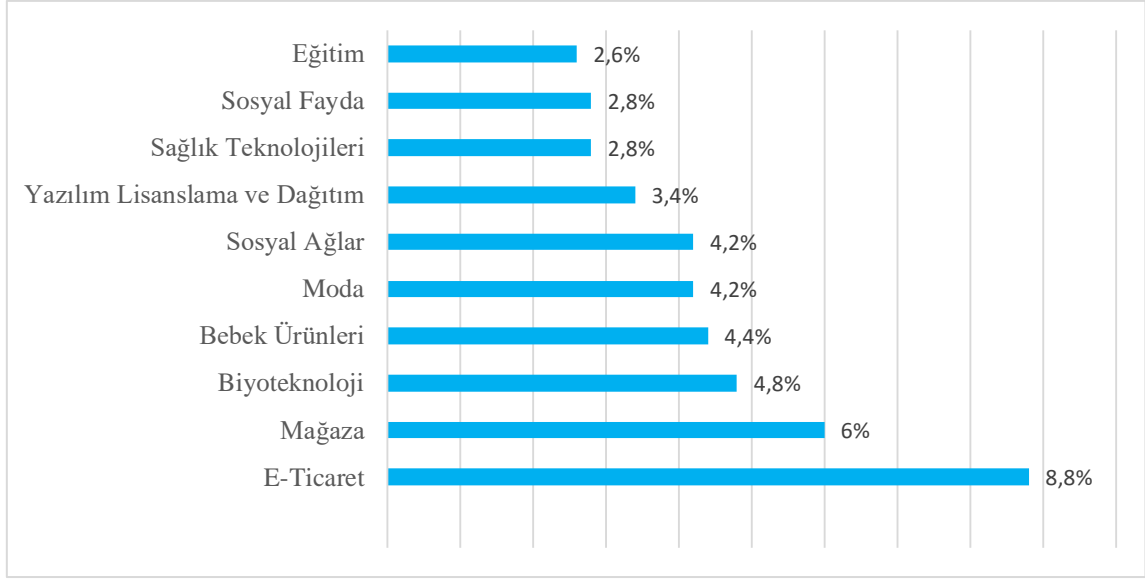
Grafik 2.3. 2010-2018 Yılları Arasında Yeni Girişimlere Yapılan Toplam Yatırımlar İçerisinde Kadın Girişimlerinin Payı



Kaynak: *Global Entrepreneurship Monitor, Startups.Watch Raporu, 2019, s.5*

Grafik 2.3.'te 2010-2018 yılları arasında kadın girişimlerinin toplam yatırımlar içerisinden aldığı paylar gösterilmiştir. Buna göre kadın girişimlerinin toplam yatırımlar içerisinden aldığı en yüksek pay %61 ile 2012 yılında, en düşük pay ise %11 ile 2013 yılında gerçekleşmiştir.

Grafik 2.4. Kadın Girişimcilerin Faaliyetleri İçin En Çok Tercih Ettiği Sektörler/Alanlar



Kaynak: *Global Entrepreneurship Monitor, Startups.Watch Raporu, 2019, s.6*

Kadın girişimcilerin yeni girişimlerini başlatmak için en çok tercih ettikleri sektörler/alanlar arasında ilk sırada E-ticaret gelmektedir. E-ticaret (elektronik ticaret) internetin içinde olduğu bilgisayar ağları aracılığıyla mal, hizmet ve bilginin alınıp satılması, transfer edilmesi olarak tanımlanabilir (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006, s.131).

E-ticaret hem işletmeden müşteriye hem de işletmeden işletmeye boyutlarını kapsayarak online iş yapmayı ifade eder. Satıcıları, tedarikçileri, bayileri ve müşterileri web aracılığıyla bir araya getirir. E-ticaret, geleneksel bilgi teknolojisi (IT) sistemlerinin geniş imkânları ile internetin kitlelere erişim fonksiyonunun birlikteliği olarak da tanımlanabilir (Marangoz, 2011, s.184).

E-ticaretin girişimcilik üzerindeki etkilerini ve girişimciler tarafından böylesine tercih edilme sebeplerini şu maddelerle açıklayabiliriz (Marangoz, 2011, s.186-187):

- E-ticaret pazar yerini nesnel bir düzlemde sanal bir düzleme taşımaktadır ve bu durum ciddi bir maliyet düşüşü sağlamaktadır.
- Alım satımı ve buna bağlı işlemleri hızlandırıcı ve yaygınlaştırıcı bir etki yapmaktadır.

- Açıklık, e-ticaretin temel özelliklerinden biridir. Mülkiyete bağlı gizlilik konusu olmayan işlemlerin ve verilerin, işletmenin alıcı ve satıcı olarak iş yaptığı diğer işletmelere ve müşterilere açık olması e-ticaretin temelidir.
- E-ticaret iş ve işlem sürelerini en aza indirmekte hatta bazı durumlarda ortadan kaldırmaktadır.

Bu nedenlerden dolayı E-ticaret özellikle kadın girişimciler tarafından sektöre giriş aşamasında yoğun bir şekilde tercih edilmektedir.

Literatürde kadın girişimciliği konulu hemen hemen her çalışmada kadın girişimciliğinin ülkelerin sosyoekonomik durumuna katkılarından ve öneminden bahsedilmektedir. Ülkemiz de bu bağlamda küresel gelişime uyum sağlamış ve kadın girişimciliğine gereken özeni ve önemi göstermek için gerek eğitim gerekse de girişimciliği destekleme politikaları anlamında çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Fakat istatistikler ve bu alandaki uygulamalı çalışmalar incelendiğinde görülmektedir ki kadın girişimciliğini hak ettiği yerlere getirmek için çok daha fazla çalışılması gerekmektedir.

2.4. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler

Girişimcilikte genel olarak toplum tarafından algılanan temel amaç kâr elde etme isteği olarak tanımlansa da durum aslında bundan daha karmaşıktır. Durumu kadın girişimciliği özelinde incelediğimizde, kadınların girişimci olma isteklerinin altında yatan birçok farklı nedenle karşılaşmaktayız. Bu farklılaşmanın temel nedeni makro ve mikro çevrenin kişiden kişiye farklılık göstermesi olarak açıklanabilir. Farklı coğrafyalardaki farklı kültür ve inanışlara tâbi kadınların birebir aynı dürtülerle ve hedeflerle hareket etmeleri elbette ki beklenemez. Fakat girişimciliğin küresel özellikleri ve kadınların yaşadıkları toplumda karşılaştıkları zorlukların benzer olması nedeniyle kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerin dünyanın farklı bölgelerinde bile birden fazla ortak noktası olduğunu söyleyebiliriz.

Sosyal statüleri bağlamında, kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörleri yüzeysel bir şekilde incelediğimizde, düşük gelir sınıfındaki kadınların daha çok aileye ek gelir sağlamak amacıyla girişimci olmak istediklerini görmekteyiz. Bir diğer durumda ise yine aileye ek gelir sağlamak amacıyla ücretli bir işte çalışmak isteyip çeşitli nedenlerden dolayı iş bulamayan kadınlar yine girişimciliğe yönelmektedir. Gelir ve eğitim düzeyi

daha yüksek kadınların ise “kendini gerçekleştirme” ve “bağımsızlık” istekleri doğrultusunda girişimciliği tercih ettikleri görülmektedir.

Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerde hem finansal hem de kişisel ödüllerin etkili olduğu söylenebilir. Bazı kadın girişimciler için girişimcilik, bilgi ve becerilerini sergilemenin, kendi işinin patronu olarak kişisel tatmine ulaşmanın ve bunu yaparken de gelir sağlamanın en etkili ve verimli yolu olarak görülmektedir.

Tablo 2.1. Kadınların Girişimci Olma Nedenleri

| | |
|---|--|
| Goyal ve Parkash'a göre (2011) kadınların girişimci olma nedenleri; | Kendini tanımlama ve sosyal statü |
| | Eğitim ve vasıf kazanma |
| | Aile üyelerinin desteği |
| | Başkalarına rol model olma arzusu |
| | Yakın çevredekilerin başarı öyküleri |
| | Çocuklara parlak bir gelecek sağlama |
| | Ek gelir ihtiyacı |
| | Girişimciliğin aile işi olması |
| | Devletin destek politikaları ve prosedürleri |
| | Kendi kararlarını alma özgürlüğüne sahip olma ve bağımsızlık isteği |
| | İstihdam yaratma |
| | Yeni zorluklar ve fırsatlar karşısında kendini gerçekleştirme arzusu |
| | Yenilikçi düşünce akımı |

Kaynak: Goyal ve Parkash, 2011.

Literatürde konuyla ilgili yapılan araştırmalar ve çalışmalar, tek bir faktörden ziyade bir kombinasyonun ya da bir dizi faktörün kadınları kendi iş girişimlerini başlatmaya teşvik ettiği sonucuna varmıştır. Örneğin başarı isteği, bağımsızlık ve kontrol odağı gibi faktörler iş kurma konusundaki psikolojik motivasyonları oluştururken, gelir yaratma, ekonomik ihtiyaçlar ve maddi bağımsızlık isteği ekonomik motivasyonları işaret etmektedir. Bunlara ek olarak piyasadaki ücretli istihdam koşullarından memnun olmama hayal edilen kariyerin gerçekleştirilememesi ve cam tavan sendromu gibi bir dizi itici faktör sayılabilir (Dzisi, 2008, s.72).

Kadınları kendi iş girişimlerini başlatmaya yönlendiren faktörleri “itme ve çekme faktörleri” yaklaşımıyla incelemek en sık kullanılan yöntemdir. Bu sınıflandırmaya göre

itme faktörleri kadınların girişimci olmadan önceki mevcut durumlarından memnun olmadıkları koşulları ifade etmektedir, yani bunlar kadınları girişimciliğe iten negatif faktörlerdir. Çekme faktörleri ise kendi iş girişimlerini başlattıkları takdirde kazanacaklarını düşündükleri sosyolojik, psikolojik ve ekonomik faydaları, diğer bir deyişle kadınları girişimciliğe yönlendiren pozitif faktörleri ifade etmektedir. İten ve çeken motivasyon faktörlerinin girişimcilik başarısındaki etkileri ve bu etkilerin düzeyleri araştırma konusu olmuştur. Yapılan araştırmalarda çekme faktörlerinin yönlendirdiği girişimcilerin, itme faktörlerine sahip girişimcilere göre daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Özdemir, 2010, s.122). Gelişmiş ülkelerde kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörler ağırlıklı olarak çekme faktörleri iken gelişmekte olan ülkelerde ise bu faktörler ağırlıklı olarak itme faktörleridir (Dzisi, 2008, s.78).

2.4.1. İtici faktörler

Kadınları girişimciliğe yönlendiren itici faktörleri (Özyılmaz, 2016, s.42-43);

- İşsiz kalma
- İşyerlerinden ve yaptıkları işlerden duyulan memnuniyetsizlik ve cam tavan sendromu
- Çalışma saatlerinde esneklik isteği olarak sıralayabiliriz.

2.4.1.1. İşsiz kalma

Özellikle Türkiye gibi işgücü piyasasında erkek egemenliğinin yoğun olarak hissedildiği ülkelerde, kültürel yapı ve cinsiyete dayalı genel kabul görmüş roller nedeniyle kadınların iş bulma olanakları erkeklere göre kıyaslandığında oldukça sınırlı kalmaktadır.

Ekonomik krizlerin ya da durgunlukların yaşandığı dönemlerde işletmelerde temel politika işçi/çalışan sayısını azaltarak üretim maliyetini düşürmek olmaktadır. Fakat bu durum toplumun hem özel sektöre hem de devletin kriz dönemlerindeki ekonomi politikalarına olan güvenini zedelemektedir. Özellikle de kadın ve erkek arasındaki cinsiyet temelli ayrımcılıktan kaynaklı olarak kadın çalışanlar, işsiz kalma korkusunu erkek meslektaşlarınıninkine göre daha yoğun yaşamaktadır. Bu nedenle işsiz kalma korkusu kadınları girişimciliğe iten faktörlerin başında gelmektedir.

2.4.1.2. İşyerlerinden ve yaptıkları işlerden duyulan memnuniyetsizlik ve cam tavan sendromu

Çalışan kişilerin yaptıkları işlerden duydukları memnuniyetsizliğin çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Çalışma şartlarının ağır olması, ücretin yetersiz olması, yan faydaların (özel sağlık sigortası, seyahat masraflarının karşılanması gibi) yetersiz olması ya da hiç olmaması, çalışma ortamının psikolojik açıdan kişiyi mutsuz etmesi bu nedenlerden bazılarıdır. Tüm bu faktörler içerisinde kişinin verdiği öneme bağlı olarak bu faktörlerden birinin ya da birkaçının kişiyi tatmin etmemesi iş tatminsizliğine yol açmaktadır. İş doyumunu ya da aksi durumda iş doyumsuzluğu olarak da ifade edilen bu kavram kişinin işi ve iş ortamı ile ilgili öznel değerlendirmelerinden oluşmaktadır.

Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde ülkenin makroekonomik koşullarında refah içinde yaşayan, güçlü bir orta sınıfın olmaması gelir adaletsizliğine işaret etmektedir. Bununla birlikte yüksek işsizlik oranları, oynak ekonomik dengeler ve döviz piyasalarına fazlasıyla bağımlı enflasyon oranı, özel sektörün ücret ve çalışma koşullarını doğrudan etkilemekte ve bu durum istihdam edilen kişilerde memnuniyetsizlik duygusu oluşturmaktadır. Geniş bir perspektiften incelendiğinde bu durum yalnızca kadınlar için geçerli değil, piyasa koşullarında istihdam edilebilecek ülkenin tüm iş gücü için geçerlidir. İş yaşamında kişilerin bu koşullardaki çeşitli faktörlerden ötürü mutsuz olmaları, onları kendi girişimlerini başlatmaya iten en önemli nedenlerden birisidir.

İş tatminsizliğinin bir diğer nedeni ise cam tavan etkisidir (sendromu). Cam tavan kavramı 1970’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde ortaya çıkmıştır. Cam tavan etkisi, “Örgütsel önyargılar ve kalıplar tarafından yaratılan, kadınların üst düzey yönetim pozisyonlarına gelmelerini engelleyen görünmez ve yapay engeller” olarak tanımlanmıştır (Wirth, 2001, s.1). Üst düzey pozisyonlarda çalışan ya da çalışmak isteyen kadınların belirli bir noktadan sonra yükselmelerini engelleyen faktörlerin toplamına cam tavan adı verilir. Adından da anlaşılacağı gibi cam tavan görünmez bir engeli, yani karşılaşılan sorunların belirsizliğini tanımlamaktadır. Cam tavan etkisi özel sektör kuruluşlarında, devlet dairelerinde ya da eğitim kurumlarında görülmekle birlikte esasen sosyoekonomik cinsiyet eşitsizliğinin bir yansımasıdır (Örücü, Kılıç ve Kılıç, 2007, s.118). Cam tavan etkisi de yukarıda açıklanan diğer faktörler gibi kadınları kendi girişimlerini başlatmaya yönlendiren itici faktörlerden birisidir.

2.4.1.3. Çalışma saatlerinde esneklik isteği

Kadınların iş ve aile yaşamını dengede tutmak gibi zor bir sorumlulukları vardır. Dünyanın her yerinde ailevi sorumlulukların öncelikli olarak kadınların görevi olduğu düşünülmektedir. Bu durum özellikle mesai saatlerinin ya da iş yükünün fazla olduğu işlerde çalışan kadınlar için özellikle zorlayıcı olmaktadır. Aile sorumluluğu ve annelik rolünün gereklilikleri nedeniyle, çalışan kadınlar çalışma yaşamlarının bir döneminde kariyerlerine ara vermek ya da iş değişikliği yapmak zorunda kalabilmektedirler. Bu bağlamda girişimcilik kadınlara kariyerlerine farklı bir şekilde devam etme imkânı sunmaktadır.

Girişimciliğin kendi işinin patronu olma, iş ile ilgili karar alma ve uygulamada bağımsız olma ve çalışma saatlerinde esneklik gibi unsurları kadınları girişimciliğe yönlendiren önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörler kadınların aileleriyle ilgili sorumluluklarını daha rahat bir şekilde yerine getirmelerine olanak sağlamaktadır.

2.4.2. Çekici faktörler

Kadınları girişimciliğe yönlendiren çekici faktörler (Özyılmaz, 2016, s.44-45);

- Girişimcilik güdüsü
- Kendini gerçekleştirme isteği
- Zengin olma isteği
- Sosyal statü edinme isteği
- Güç elde etme isteği olarak sıralayabiliriz.

2.4.2.1. Girişimcilik güdüsü

Girişimciliğin risk alma, stratejik düşünme, yenilikçi olma ve fırsatların farkında olma gibi temel unsurlarını karakterinde barındıran kadınların; emeği, sermayeyi ve diğer üretim faktörlerini bir araya getirerek değer yaratma isteği girişimcilik güdüsü olarak adlandırılmaktadır.

2.4.2.2. Kendini gerçekleştirme isteği

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde kadınların kendi girişimlerini başlatma isteklerini tetikleyen nedenlerin, kadınların gelir düzeyine göre farklılaştığı görülmüştür. Buna göre maddi sıkıntı içindeki kadınların girişimciliği tercih etmelerindeki öncelikli etken gelir elde etme zorunluluğu ya da ek gelir sağlama ihtiyacı iken, maddi anlamda refah içinde yaşayan kadınların motivasyonu “kendini gerçekleştirme” olmaktadır (Özyılmaz, 2016, s.44).

Kendini gerçekleştirme amacı, kadınların kendilerini en başta yine kendilerine daha sonra ise topluma ve yakın çevrelerine (aile, arkadaşlar vb.) ispat etme isteklerinin bir yansımasıdır. Bu durumda temel amaç finansal kazancın ötesinde psikolojik ve sosyal kazanım olmaktadır.

2.4.2.3. Zengin olma isteği

Girişimcilik, ortalama bir ücretli istihdam durumunda kazanılabilecek maaş ya da ücret miktarından daha yüksek bir getiri fırsatı sunmaktadır. Tabi bu durum girişimciliğin risk unsuruna bağlı olarak farklı bir şekilde de sonuçlanabilir.

Herhangi bir işletmede maaşlı çalışma sonucu kazanılabilecek getiriden daha fazlasını kazanma fırsatı potansiyel girişimciler için önemli bir çekme faktörü olmaktadır. Bunun yanında bağımsızlık, kendi işinin patronu olma gibi unsurlar ise tamamlayıcı faktörler olarak girişimci olma fikrini desteklemektedir. Kadın girişimciler özelinde düşünöldüğünde zengin olma ya da daha yüksek getiri elde etme fikri erkeklerle kıyaslandığında daha arka planda kalsa da zengin olma isteği kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörler arasında yerini korumaktadır (Özyılmaz, 2016, s.45).

2.4.2.4. Sosyal statü edinme isteği

Sosyal statü ya da diğer adıyla toplumsal statü, sosyal hiyerarşide bir kişinin diğer birey/bireylere göre konumu olarak tanımlanmaktadır. Bu konum temelde prestije dayanır ve beraberinde bu statüye uygun bir yaşam tarzı ve sorumluluklar getirir. Sosyal statü temelde “verilmiş statü” ve “kazanılmış statü” olarak ikiye ayrılır.⁸ Verilmiş statü doğuştan gelir ve kişinin yeteneklerine bakılmaksızın aile, ırk, cinsiyet gibi unsurlara dayandırılır. Kadınları girişimciliğe yönlendiren çekme faktörlerinden birisi olan sosyal

⁸ https://tr.wikipedia.org/wiki/Toplumsal_statü (Erişim Tarihi: 20.05.2019)

statü edinme isteği ise, kazanılmış statüdür. Kazanılmış statü birey tarafından çaba sarf edilerek rekabet gerektiren bir süreçle edinilir.

Kadınlar toplum tarafından kendileri için belirlenmiş ev hanımlığı ve annelik rolüne ek olarak, toplumda bir birey olarak var olma, kabul görme isteği içerisinde olduklarıdır. Bu durumda girişimcilik kadınlara yeni bir kimlik kazanma ve başarılı oldukları takdirde onlara bir statü sağlama fırsatı sunmaktadır.

2.4.2.5. Güç elde etme isteği

Bireyler patron olmak, iş ile ilgili konularda doğrudan söz sahibi olmak, bağımsız olmak gibi nedenlerin yanında başarı ve güç elde etmek içinde girişimciliği tercih etmektedirler. McClelland' a göre güç ihtiyacı kişinin diğer insanları etkileme, kontrol etme ve onlardan sorumlu olma arzusudur (Ceylan ve Demircan, 2002, s.2).

Güç kazanma ihtiyacı, içerisinde kendini gerçekleştirmeyi ve prestij sahibi bir birey olmayı da içerdiğinden girişimciliği tercih etmek için oldukça çekici bir faktör olmaktadır.

2.5. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar

Kadınların ekonomik hayata katılımını gözler önüne seren istatistikler dikkate alındığında görülmektedir ki; kadının sosyoekonomik hayattaki konumu ve işlevine ilişkin toplum tarafından belirlenen roller ve algılar geçerliliği hissedilir şekilde aşılmış olsa da, gerçek anlamda olması gereken seviyeye henüz ulaşılmış değildir. Hem ülkemiz özelinde hem de dünya genelinde kadın girişimciliği ve kadın istihdam oranları incelendiğinde bu durum oldukça belirgin olmaktadır. Bu bağlamda kadın girişimcilerin girişimlerini başlatma ve sürdürme evrelerinde, özellikle cinsiyete dayalı roller kaynaklı bir takım engellerle karşılaştıkları literatürdeki çalışmalar itibariyle bilinmektedir. Toplumun genel algısına göre kadının görevi olan ev işleriyle ilgilenme ve çocukların bakımı gibi ailevi sorumluluklar nedeniyle kadınların iş dünyasının gerekliliklerini yerine getiremeyecekleri varsayımı üzerinden şekillenerek ortaya çıkan bu engelleri, bilgi, eğitim ve tecrübe eksikliği, finansman bulma güçlüğü ve piyasa rekabeti gibi zorluk ve engeller izlemektedir.

1980'li yılların sonlarından itibaren birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede olduğu gibi Türkiye'de de kadınların girişimcilik faaliyetlerini icra ederken karşılaştıkları

sorunları konu alan araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaların ortak noktası ise kadınların sadece girişimciliğin doğasından kaynaklanan zorluk ve engellerle değil aynı zamanda kadın olmalarından kaynaklanan cinsiyete dayalı engellerle karşılaştıkları yönünde olmuştur (Soysal, 2010, s.97).

Türkiye’deki kadın girişimcilerin faaliyetleri, girişimciliğin küresel özelliklerinden kaynaklı olarak diğer ülkelerdeki kadın girişimcilerle benzer olmasına rağmen yaşadıkları sorunlar ve karşılaştıkları engeller bakımından diğer ülkelerle farklılık göstermektedir. Bu farklılığın temel sebebi gelişmekte olan bir ekonominin farklı sosyal yapısını gösteren meslekî ayırım, ücret eşi̇sizliği ve kadının ekonomik yaşamdaki yeri gibi faktörlere dayanmaktadır (İplik, 2012, s.63).

Gerek kırsal gerekse de kentsel bölgede kendi girişimlerini başlatmak isteyen kadınların karşılaştıkları engeller genel olarak finansman bulma güçlüğü, kalıplaşmış kadın rolleri, bürokratik engeller, rol çatışması, eğitim düzeylerinin yetersizliği ve örgütlenme sorunları olmak üzere altı alt başlık halinde incelenecektir (İplik, 2012, s.64-65).

2.5.1. Finansman sağlama güçlüğü

Bir işletme kurmak için gerekli ön şartlar sermaye ve işletmecilik bilgisidir. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde kadınların çoğunlukla bu iki faktörden yoksun oldukları görölmüştür (Soysal, 2010, s.98). Finansal problemler, gerek işletmenin kuruluş aşamasında gerekse de gelişme döneminde bütün girişimciler açasından sorun olmuştur. Fakat kadın girişimciler özelinde kadınlar için daha fazla sorun teşkil etmektedir. Bu durumun temelde iki nedeni vardır (Özyılmaz, 2016, s.60). Birincisi; kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu finansal güvenilirliklerini belgeleyecek finansal kayıtlara ve geçmişe sahip olmadıklarından kredi kuruluşlarıyla bu hususta sıkıntılar yaşamaktadırlar. Ayrıca birçok finansal kuruluşun iş tecrübesi, üretilecek ürün ya da hizmetlerle ilgili teknik bilgi ve pazar şartları gibi konularla ilgilenmektedir. Fakat kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu bu alanda yeterli bilgiye sahip değildirler. Bu durumda da sorunlarla karşi karşiya kalmaktadırlar. İkincisi ise; kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun finansal alanda, özellikle genel ekonomi, finansal planlama, muhasebe ve maliyet analizinde yeterli bilgi ve tecrübelerinin olmamasıdır.

Coleman (2002), çalışmasında kadın işletme sahiplerinin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları engelleri araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilere karşı finansal ayrımcılığa dair bir kanıt bulunamadığını ifade etmiştir. Bununla birlikte kadınların sahip olduğu işletmelerin çoğunlukla küçük ölçekli olması, büyüme ve karlılık beklentilerinin sınırlı olması, teminat veya garanti sağlamada başarısız olması gibi nedenlerden dolayı borç sermayesi elde etme olasılıklarının düşük olduğu sonucuna ulaştığını belirtmiştir (Coleman, 2002, s.168-169).

Kadınların finans kuruluşları tarafından talep edilen teminat veya finansal geçmiş kayıtlarını temin edememeleri, kredi kullanım koşulları hakkında detaylı bilgiye sahip olmamaları ve bunlara ek olarak genelde küçük ölçekli işletmelere sahip oldukları için yabancı kaynak kullanım maliyetlerinin yüksek olması gibi sebeplerden dolayı kadın girişimciler finansman sağlamada güçlük yaşamaktadırlar. Ekonomide atıl güç olarak var olan bu kesimin aktifleştirilmesi ekonomik kalkınma açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda potansiyel kadın girişimcilerin gelir getirici veya arttırıcı faaliyetlerinin desteklenmesi, finansman olanaklarının arttırılması ile mümkün olacaktır.

2.5.2. Kalıplaşmış kadın rolleri

Doğurganlık özelliğinden dolayı, tarihsel süreç içerisinde toplum tarafından kadınlara belirli roller yüklenmiş ve bu roller kadınların görev ve sorumluluğu haline gelmiştir. Bu durumda kadınların ev yaşamından ve ailevi sorumluluklarından farklı bir faaliyette bulunması veya bulunmak istemesi toplum tarafından hoş karşılanmamaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi bu algı günümüzde, geçmişte olduğu kadar yoğun olmasa da hala hissedilebilir düzeydedir. Kadınlardan beklenen “ev hanımı” ve “çocuklarının annesi” rolleri, kadının cinsiyete dayalı kimliğiyle özdeşleşmiş görünmektedir. Hatta bir anne ve eş olma görevlerinin bir uzantısı gibi görülen, öğretmenlik, hemşirelik ve sekreterlik gibi meslekler daha çok feminen meslekler olarak görülmeye başlanmıştır.

Gerçekten de uzun ve yorucu çalışma saatlerine ek olarak bir de ev işleriyle ve çocukların bakımıyla ilgilenmek kadınlar için oldukça zorlayıcı olmaktadır. Bu bağlamda kadın girişimciler, bir yandan ailevi sorumluluklarını yerine getirmeye çalışırken diğer yandan erkek rakipleriyle piyasada rekabet etmeye çalışmaktadırlar.

2.5.3. Bürokratik Engeller

Yeni bir işletme kurmak ve bu işletmeyi yasaların belirttiği usul ve esaslara göre tescil ettirmek oldukça fazla zaman ve çaba gerektiren bir iştir. Bu aşamada belediyelerden ticaret odalarına, bakanlıklardan vergi dairelerine ve noterliklere kadar birçok resmî kurumla iletişime geçmeyi gerektiren bir dizi işlem yapılmaktadır. Özellikle bu prosedürler hakkında bilgi ve tecrübeye sahip olmamak harcanan zaman ve çabayı daha da arttırmaktadır. Kadın girişimciler erkeklere kıyasla bu aşamadaki bürokratik işlemler hakkında daha az bilgiye sahip olduklarından girişimcilik faaliyetlerine başlangıçları daha zorlu olabilmektedir.

Yapılan araştırmalara göre kadın girişimciler, bürokratik işlemlerin fazlalığından uzun bekleme sürelerinden, sık sık mevzuat değişiminden ve zorunlu harç ve bağış ödemelerinden şikâyetçi olmaktadır (İplik, 2012, s.64). İşletme kuruluşuna yönelik bürokratik işlemlerin uzun, yorucu ve maliyetli olması kadın girişimciler açısından aşmak zorunda oldukları bir engel olarak algılanmaktadır.

2.5.4. Rol çatışması

Kadın girişimciler özelinde rol çatışması, kadınların özel hayatları ile iş yaşamları arasında oluşan rol ikilemi olarak tanımlanabilir. Bu durumda rol çatışması kadınların iş ve özel yaşamlarından birine daha fazla zaman ve çaba harcaması sonucu diğer tarafı ihmal etmesi şeklinde ifade edilebilmektedir. İş – aile çatışması olarak da ifade edilen rol çatışması, fazla mesai, uzun ve düzensiz çalışma saatleri gibi nedenlerden ortaya çıkmaktadır. Erkeklere kıyasla ailelerine karşı daha fazla sorumluluğa sahip kadınlar rol çatışmasını çözemediklerinde duygusal açıdan yorulmakta, yaşam tatminleri azalmakta ve toplum tarafından eleştirilerek daha fazla yıpranmaktadır (Soysal, 2010, s.102).

2.5.5. Eğitim düzeylerinin yetersizliği

Eğitim hem kadınların hem de erkeklerin istihdam olanakları ve toplumsal statüleri üzerinde etkili olan en önemli unsurlardan birisidir. Ülkemizde özellikle kırsal alanda yaşayan kadınlar eğitim seviyeleri açısından kentsel alanda yaşayan kadınlara göre daha yetersiz durumdadır. Kırsal kesimde kadınların özellikle küçük yaşlardan beri tarla ve çiftlik işlerinde çalıştırılmaları ve genç yaşta evlendirilmeleri eğitim imkânlarından yararlanamamalarına sebep olmaktadır.

Eğitim seviyesi dŸkŸk olan kadınlar daha çok kayıt dışı ekonomide istihdam edilmekte ve işletmecilik bilgi ve tecrŸbesi, ticarŸi ŸrŸn ve hizmetler hakkında teknik bilgi ve finansal ŸrŸnlere erişim gibi konularda sıkıntı yaşamaktadırlar (İplik, 2012, s.65).

2.5.6. ŖrgŸtlenme eksikliği

Kadın girişimcilerin Ŗnlerindeki birçok engelle yalnız baŐlarına mŸcadele etmek zorunda kalmalarının ve kendilerini sınırlandıran bu engelleri aŐamamalarının veya bu sŸrete sıkıntı yaŐamalarının temel sebebi etkin bir biçimde ŖrgŸtlenmenin sağlanamamasıdır. Bu bağlamda ŖrgŸtlenme, girişimci kadınları Ŗncelikle girişimlerini başlatma aşamasında daha sonra ise iş yaşamları sŸrecinde birbirlerini desteklemelerini sağlayacaktır. Bu tip bir ŖrgŸtlenmenin amacı aynı iş kolundaki veya sektŖrdeki kadınların bir araya gelerek kendi aralarında dayanışma ve koordinasyon sağlamalarıdır.

Kadın girişimcilerin gerek kendi aralarında gerekse de sivil toplum kuruluşları tarafından gerçekleŐtirilecek bir ŖrgŸtlenme faaliyeti, kendi girişimlerini başlatmak isteyen kadınları desteklemek, kuruluş aşamasında yol gŖstermek, kredi alabilmeleri için rehberlik etmek, eğitim ve bilgilendirme faaliyetleri dŸzenlemek ve kadın sivil toplum kuruluŐlarıyla iletişim içinde olmak gibi amaçları gerçekleŐtirmeye yŖnelik olmalıdır.

2.6. Kadın Girişimci Tipleri

Fizyolojik, biyolojik ve bunlara bağlı olarak psikolojik açıdan kadın ve erkek cinsiyeti arasındaki farklılıklar bilinmektedir. Fiziksel ve biyolojik farklılıklar gŖzle gŖrŸlebilir etkilere sahip oldukları için anlaŐılması kolay olmasına rağmen psikolojik ve duygusal farklılıkların belirlenmesi ve anlaŐılması nispeten daha gŸtŸr. Bu bağlamda anlaŐılamayan karakteristik Ŗzellikler Ŗn yargılara ve basmakalıp belirlenerek dayatılan rollere açık bir Ŗekilde maruz kalmaktadırlar. Cinsiyetler arası “algılanan” ve “gerçek” farklılıkların, sosyoekonomik bağlamda kadınların girişimcilik faaliyetlerini ve istihdam olanaklarını etkiledikleri bir gerçektir (Koç, 2005, s.54).

Kadın girişimciler, Goffee ve Scase'nin (1985) alıŐmalarında, taŐıdıkları karakteristik Ŗzellikler bakımından iki faktŖre bağlı olarak dŖrt tip Ŗeklinde sınıflandırılmıŐtırılar. Bu faktŖrlerden ilki girişimci ideallerine bağlılıkları, ikincisi ise geleneksel olarak belirlenmiş kadın erkek iliŐkilerini ne ŖlŸde kabul etmeye hazır

olduklarıdır. Bu faktörlere göre kadın girişimci tipleri; geleneksel, yenilikçi, aileci (evcimen) ve köklü (feminist) olarak belirlenmiştir (Soysal, 2010, s.92).

• **Geleneksel kadın girişimci tipi:** Geleneksel kadın girişimci sınıfına dahil olan kadınlar hem girişimci ideallerine hem de toplum tarafından belirlenen cinsiyete dayalı rollere bağlı tiplerdir. Bu tip sınıflandırmaya dahil olan kadınları girişimciliğe yönlendiren ana motivasyon gelir sağlamak olmaktadır. Çoğunluğu evli olmakla birlikte ailevi sorumlulukları ile iş yaşamlarını dengede tutmaya çalışmaktadırlar. Bu sebeple işletmelerini fazla büyütmeğe kaçınmaktadırlar (Ay ve Koca, 2013, s. 69).

• **Yenilikçi kadın girişimci tipi:** Yenilikçi kadın girişimciler girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin üstünde tutarlar ve işletmelerini büyütmeğe kârlılıklarını arttırmak öncelikli hedefleridir. Girişimcilik faaliyetleri kişisel yaşamlarından önce gelmektedir. Profil olarak yüksek düzeyde eğitim almış, teknolojiye hâkim, bağımsızlıklarına düşkün ve genellikle bekâr olarak tanımlanmaktadırlar (İplik, 2012, s.49).

• **Aileci (evcimen) kadın girişimci tipi:** Bu tipteki kadın girişimciler aileleri içindeki kadınlık rollerine sıkı sıkıya bağlıdırlar. İş yaşamlarını ailevi sorumluluklarına göre düzenler, önceliği her zaman ailelerine vermektedirler. Geleneksel kadın girişimcilere göre girişimcilik ideallerine daha az bağlılık gösterirler. Aile yaşantılarına uygun olan girişimcilik alanlarında faaliyet gösteren bu tipteki girişimci kadınlar genellikle evli ve çocuk sahibi bir profil çizmektedirler. Maddî getiriden çok kişisel yeteneklerini geliştirmeyi ön plana koymakta ve her daim yaşamlarının merkezinde ailelerini tutmaktadırlar.

• **Köktenci (Feminist-Köklü) kadın girişimci tipi:** Bu tipteki kadın girişimciler hem geleneksel cinsiyet rollerine hem de girişimcilik ideallerine düşük seviyede bağlılık göstermektedirler. Her alanda erkeklerle eşit olduklarını düşündükleri gibi girişimcilikte de erkeklerle aralarında bir fark veya bağlılık gözetmemektedirler. Kendi işlerinin patronu olma durumunu bağımsızlıklarını simgeleyen bir araç olarak görmektedirler.

2.7. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

Kadın ve erkek girişimciler girişimsel faaliyetleri sırasında temelde cinsiyete bağlı nedenler, tarafların toplumda üstlendikleri roller, toplumun geleneksel inançları ve beklentileri bağlamında birçok yönden farklılık göstermektedirler. Erkekler genel olarak agresif, rekabetçi, kendine güvenen ve risk almaya istekli bir yapı sergilerken kadınlar duyarlı, annelik iç güdülerine sahip, sezgisel ve iletişime yetenekli bir yapıya sahiptirler (Celepli, 2011, s.37). Bu temel karakteristik özellikler nedeniyle kadın ve erkek girişimcilerin girişimciliğe yönelme motivasyonları, sektör seçimi, iş – aile dengesini kurma ve hatta girişimciliğe başlama yaşı gibi noktalarda farklı kararlar vermekte ve farklı davranışlar sergilemektedirler.

Kadın ve erkek girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri açısından farklılaştıkları noktaların en başında onları girişimciliğe yönlendiren faktörler gelmektedir. Bu bağlamda erkekler kendi geleceklerini kontrol altına alma güdüsüyle girişimciliğe atılırken, kadınlar bağımsız olma, kendini gerçekleştirme güdüsüyle ve ücretli istihdam durumundaki cam tavan etkisi ve mobbing gibi olumsuz etkiler nedeniyle girişimciliğe adım atmaktadırlar. Güdülenme faktörleri açısından incelendiğinde kadın girişimcilerin bir şeyleri ispatlama isteği içerisinde olmalarına karşılık, erkek girişimcilerin bir şeylere egemen olma güdüsüyle hareket ettikleri gözlemlenmektedir.

Kadın ve erkek girişimcilerin farklılaştıkları bir diğer nokta ise finansman kaynaklarıdır. Erkek girişimciler başlangıç sermayesi olarak kendi birikimlerinin yanında yatırımcı fonları ve finansal kurumların kredilerini de kullanırken, kadınlar daha çok kendi birikimleri ile eş ve ailelerinin finansal desteğini kullanmaktadırlar. Özellikle fon sağlama konusunda kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla daha fazla sorun yaşadıkları görülmektedir.

İşletmenin gerek kuruluş gerekse de büyüme aşamasında girişimcilere destek olan gruplar açısından da bir farklılık söz konusudur. Erkek girişimcilerin destek grupları genellikle muhasebeci ve avukat gibi mesleklerinde uzman kişilerden oluşurken, kadın girişimcilerin destek grupları daha çok aileleri, akrabaları, yakın arkadaşları ve kadın faaliyetlerini destekleyen sivil toplum kuruluşlarından oluşmaktadır. Bu noktada önemli olan bir diğer husus ise girişimcilik faaliyetlerine başlarken erkek girişimcilerin ekonomik beklentilerinin ön planda olmasına karşın kadın girişimcilerin kişisel beklentilerinin ön planda olması, kadın girişimcilerin erkeklere oranla daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duymalarına sebep olmaktadır (Soysal, 2010, s.93).

Girişimcilik faaliyetleri sırasında ihtiyaç duyulan mesleki eğitim ve tecrube açısından da kadın ve erkek girişimciler arasında bir takım farklılıklar söz konusudur. Bu farklılığın temel sebebi erkek girişimcilerin kadın girişimcilere oranla daha fazla deneyim sahibi olmaları ya da mesleki eğitim almış olmalarıdır. Literatürde daha önce yapılan araştırmalar sonucunda, kadın ve erkek girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri sırasında ihtiyaç duydukları eğitim bağlamında farklılıklar tespit edildiğinden, kadın girişimciliğini destekleme programları kapsamında kadın girişimciler için farklı eğitim programları düzenlenmesi gündeme gelmiştir.

Kadın ve erkek girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerini doğrudan etkileyecek biçimde farklılaştıkları bir diğer husus ise ailevi sorumluluklar olmaktadır. Daha önceki bölümlerde de ifade edildiği gibi, toplumun genel inanç ve görüşleri bağlamında aileyle ilgilenmek ve çocukların bakımı gibi konularda öncelikli sorumluluğun kadına ait olduğu varsayılmaktadır. Bu anlamda kadın girişimciler ev ve iş yaşamlarını dengelemeye çalışırken, her iki taraf içinde sorumluluklarını yerine getirmede güçlük yaşamaktadırlar. Özellikle evli ve çocuk sahibi kadınlar için bu durumdan kaynaklı olarak yaşanan stres ve yorgunluk, uzun vadede iş ve aile yaşamlarından duyulan tatminsizlikle sonuçlanmaktadır.

Tablo 2.2. *Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması*

| Özellikler | Erkek Girişimciler | Kadın Girişimciler |
|-----------------|---|---|
| Motivasyon | Başarı (işlerin yürütmesi için çabalamak) Kişisel bağımsızlık (statüye bağlı olarak) Kontrol isteğinden kaynaklanan iş doyumunu | Başarı (hedefi başarma arzusu) Bağımsızlık (yalnız yapma isteği) İş doyumunu |
| Çıkış Noktası | Sahip olunan işten duyulan memnuniyetsizlik Var olan iş veya var olan işin büyütülmesine ek olarak ikinci iş İşten çıkarılma Kazanım için fırsat | İşte engellenme İşten soğuma Alandaki fırsatları tanıma ve bunlarla ilgilenme Bireysel çevrede değişim |
| Fon Kaynakları | Kişisel servet ve birikim Bankadan sağlanan finansman Yatırımcılar Arkadaş ya da aile/ akrabalarından alınan borç | Kişisel servet ve birikim Bireysel borçlar |
| Mesleki Altyapı | Benzer iş deneyimi Uzman ya da alanında başarılı kişilerle etkileşim İşletme yönetiminde deneyimli | Hizmet sektörü ya da işlerinde deneyimli Alanında orta veya üst düzey yöneticilik |
| Profil | İnatçı ve ısrarcı Hedefe odaklanmış Yenilikçi ve idealist Yüksek düzeyde özgüven Coşkulu ve enerjik Kendi işinin patronu olma isteği | Esnek ve toleranslı Yaratıcı ve yenilikçi Orta düzeyde özgüven Coşkulu ve enerjik Sosyal ve ekonomik çevre ile ilgilenme becerisi |
| Destek Grupları | Avukat, muhasebeci gibi profesyonel çevre Aynı ya da benzer işlerde faaliyet gösteren çevre Arkadaşlar | Yakın arkadaşlar Eş Aile Kadınlar için profesyonel kurum kuruluş ve dernekler |
| Sektör | İmalat ya da yapı sektörü | Hizmet sektörü, Eğitim hizmetleri perakende satış, danışmanlık, halkla ilişkiler |

Kaynak: *Hisrich ve Peters (1998)'den aktaran Özyılmaz, 2016.*

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. COĞRAFI BİLGİ SİSTEMLERİ

Çalışmanın ana yöntemini Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) ile haritalandırma metodu oluşturmaktadır. Bu yöntem ile Eskişehir merkez Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinde, Eskişehir Ticaret Odası'na (ETO) kayıtlı olarak girişimcilik faaliyetlerini icra eden kadın girişimcilerin mahallî bazda girişimcilik haritasını oluşturmak amaçlanmıştır. Bu amaçla haritalandırma metodu olarak QuantumGIS (QGIS) CBS yazılımı kullanılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde CBS ve QGIS yazılımı ele alınmıştır.

3.1. Coğrafi Bilgi Sistemleri Kavramı (CBS)

İnsanların istek, ihtiyaç ve hatta hayal güçlerine göre şekillenen teknolojik yenilikler sayesinde, her geçen gün insan yaşamını etkileyecek ve bildiğimiz dünyanın sınırlarını aşmamızı sağlayacak buluşlar ortaya çıkmaktadır. Bu önemli teknolojik yeniliklerden birisi olan CBS, aynı zamanda bu çalışmanın temelinde yer almaktadır. Bu sebeple çalışmanın bu bölümünde CBS tanımlanacak, bileşenleri, tarihçesi ve kullanım alanları hakkında bilgiler verilecektir.

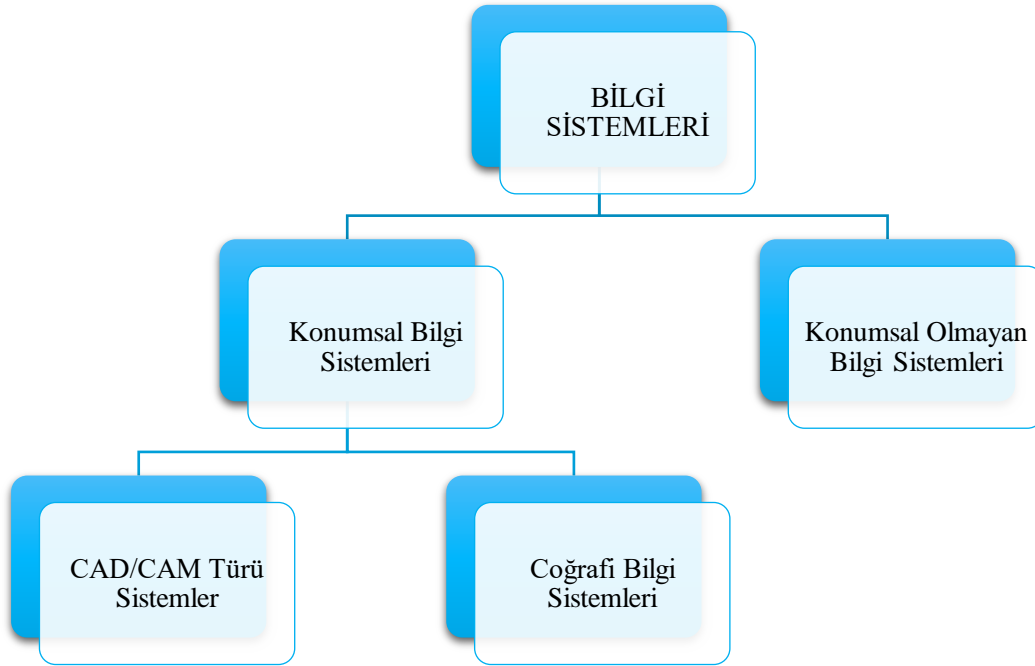
3.1.1. CBS'nin tanımı ve bileşenleri

Teknolojinin bugünkü konumu, toplumların sosyokültürel ve ekonomik yapılarına göre değişen ihtiyaçları ve hızla artan dünya nüfusu bilginin önemini ve bilgiye duyulan gereksinimi gözle görülür bir biçimde arttırmıştır. Gelişen teknolojinin insan hayatına olumlu etki yapabilmesi için ilgili her konuda bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada ise “bilgi sistemleri” devreye girmektedir.

Belirli bir konunun bir sembol grubu ile ifade edilmesine “veri”, herhangi bir konuya ilişkin açıklamalar getiren verilere ise “bilgi” denilmektedir. Bilgi sistemleri bu verilerin belirli bir amaç doğrultusunda toplanması, depolanması ve işlenmesini sağlayan sistemler bütünüdür. Diğer bir ifade ile belli bir amaca yönelik olarak değişik kaynaklardan elde edilen veri kümelerini işleyerek analiz eden, yeni bilgiler türeten ve bu işlevi bilgisayar desteği ile yerine getiren sistemlere “bilgi sistemleri” adı verilmektedir (Tecim, 1999, s.2).

Bilgi sistemleri uygulamalarının büyük çoğunluğu konum/mekân tabanlı olmakta ve bu uygulamalarda kullanılan verilerin saklanıp birbirleriyle ilişkilendirilmeleri, hızla artan veri sayısı ve veri çeşitliliği nedeniyle git gide daha fazla önem kazanmaktadır. Mekân boyutunun analizlerde harita altlığı olarak kullanılması, verilerin konumu ve öznitelik bilgilerinin kıyaslanma durumları açısından ilgili taraflara anlamlı ve verimli sonuçlar sunmaktadır (Tecim, 1999, s.5). Bu bağlamda bilgi sistemleri herhangi bir konuma bağlı olup olmamalarına göre; “konumsal bilgi sistemleri” ve “konumsal olmayan bilgi sistemleri” olarak sınıflandırılabilir.

Şekil 3.1. Bilgi Sistemleri Konumsal Sınıflandırması

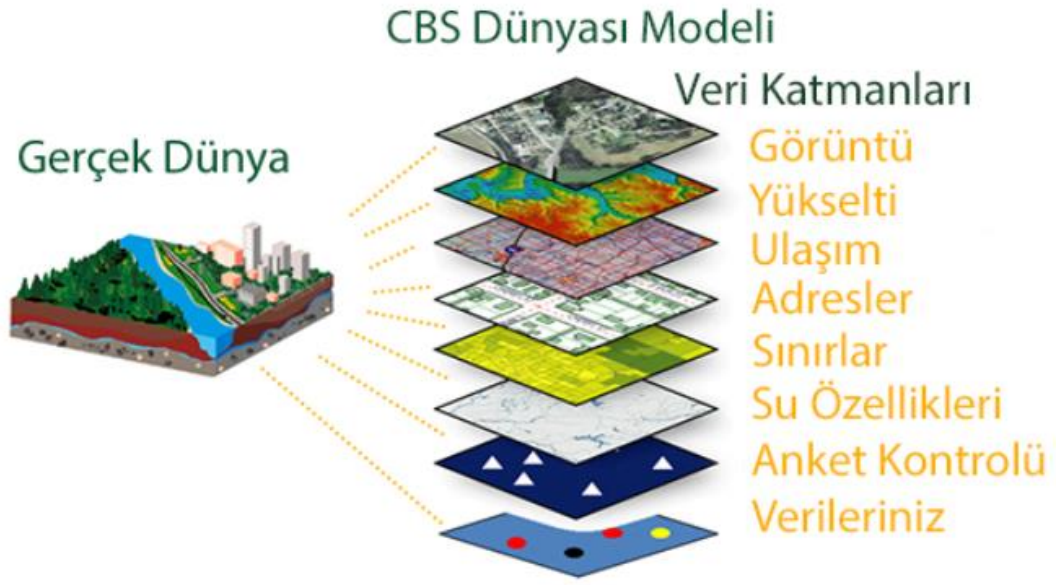


Oldukça karmaşık olan konumsal veriler, konumsal olmayan verilerle coğrafi bir bütünlük içinde ilişkilendirildiklerinde hem kullanımı daha kolay olmakta hem de anlaşılabilir analizler yapmak mümkün olmaktadır. İyi düzenlenmiş ve sağlam bir altyapıya sahip bir veri tabanı ile birlikte, konumsal ve konumsal olmayan veriler bu altyapı üzerinde birleştirilerek mantıksal ve topoğrafik analizlerin yapılmasına imkân sağlamaktadırlar (Tecim, 1999, s.6).

Konumsal bilgi sistemlerinde veri tabanları sürekli olarak diğer veri tabanları ile ilişkilendirilmektedir. Bu sebeple etkin ve verimli bir ilişkisel veri tabanı yönetim sistemi

oluşturmak ve bunu işlevsel bir şekilde kullanmak önem arz etmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek adına konumsal verilerin elde edilmesi, depolanması, işlenmesi ve kullanıma sunulması ancak bir veri yönetim tasarımı ile mümkün olabileceğinden bu konuda özel sistemler geliştirilmiştir. CBS bu işlevi yerine getirerek, konumsal olan ve olmayan tüm bilgileri kullanıp, bunları coğrafi tabanlı analizlere tâbi tutan bir sistemdir.

Şekil 3.2. Katman Mantığı ile Çalışan CBS Modeli



Kaynak: <https://erasmusplustalas.wordpress.com/proje-konulari/cograf-bilgi-sistemleri-cbs-nedir/>
(Erişim Tarihi: 29.05.2019)

CBS basitçe, katman mantığı ile çalışan ve kompleks bir yapıya sahip bir bilgi sistemidir. Bu sistemin kullanım alanlarının sınırları insanların hayal güçlerine bağlıdır şeklindeki bir tabir oldukça doğru ve yerinde olacaktır. Sistemin teorik temellerinin atıldığı günden bu yana hem kompleks bir yapıya sahip olması hem de birçok disiplin tarafından kullanılması nedeniyle hakkında oldukça fazla tanımlama yapılmıştır. Modern anlamda CBS'nin ilk tanımını Burrough (1998) yapmıştır. Bu tanıma göre CBS “Belirli bir amaç ile yeryüzüne ait gerçek verilerin toplanması, depolanması, sorgulanması transferi ve görüntülenmesi işlevlerini yerine getiren araçların tümüdür.” (Burrough, 1998’den aktaran Tecim, 2008, s.51). Daha geniş anlamlı bir CBS tanımını ise Dinçyılmaz (2009) yapmıştır: “CBS, dünya üzerindeki karmaşık, sosyal, ekonomik

çevresel vb. sorunların çözümüne yönelik, mekâna/konuma dayalı karar verme süreçlerinde kullanıcılara yardımcı olmak üzere, büyük hacimli coğrafi verilerin toplanması, depolanması, işlenmesi, yönetimi, mekânsal analizi, sorgulaması ve sunulması fonksiyonlarını yerine getiren donanım, yazılım, personel, coğrafi veri ve yöntemler bütünüdür.” (Dinçyılmaz, 2009, s.3).

CBS'nin genel tanımlarından da anlaşılacağı üzere yeryüzü referanslı verileri analiz etme ve saklama bütün CBS tanımlarının temel karakteristiğini oluşturmaktadır. Verilerin elde edilmesi ve düzenlenerek görüntülenmesi, sistemi hangi disiplinlerin kullandığına bağlı olarak farklı terminolojik açıklamalarla vurgulanmaktadır.

CBS'nin kullanıcılarının amaçlarına uygun olarak sağlıklı bir sonuç vermesi dört temel işlevin yerine getirilmesine bağlıdır. Bunlar (Dinçyılmaz, 2009, s.3);

- Veri toplama
- Veri yönetimi
- Veri işlem
- Veri sunumu olarak sıralanabilir.

Veri toplama: Coğrafi veriler CBS'de kullanılmadan önce sistem özellikleri gereği dijital formata dönüştürülmelidir. Verilerin yazılı ortamdan herhangi bir bilgisayar tarafından okunabilecek şekilde dijital ortama aktarılması sürecine sayısallaştırma ya da dijitalleştirme (digitizing) adı verilmektedir. Özellikle büyük çaplı projelerde bu işlemler modern tarama teknikleri kullanılarak yapılmaktadır. Diğer yandan günümüzde birçok coğrafi veri CBS'ne uygun formatta hazır olarak piyasada ve internet ortamında mevcuttur.

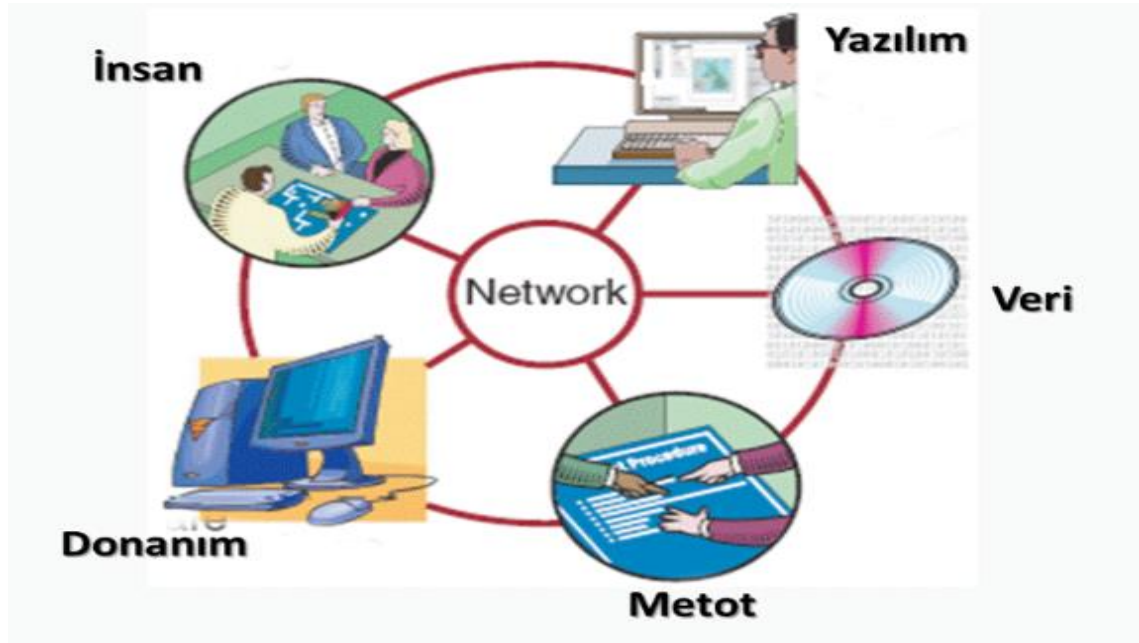
Veri yönetimi: Düşük hacimli ve küçük bir alanı kapsayan CBS projelerinde verilerin sınırlı boyutlardaki basit dosyalarda saklanması mümkündür. Fakat daha büyük projelerde kullanılan verilerin, veri hacimlerinin geniş ve kapsamlı olmasına ek olarak birden çok veri grubunun kullanılması durumunda “Veri Tabanı Yönetim Sistemleri” verilerin saklanması, düzenlenmesi ve yönetilmesine yardımcı olmaktadır. Veri tabanı yönetim sistemi, veri tabanlarını amaca uygun olarak yöneten veya gerektiğinde birleştiren bir bilgisayar yazılımıdır. Farklı yapılarda tasarlanmış birçok veri tabanı yönetim sistemi bulunmaktadır ancak CBS için en uygun ve en kullanışlı sistem ilişkisel (relational) veri tabanı sistemidir.

Veri işlem: Bazı CBS projelerinde kullanılacak farklı türlerdeki konumsal veriler, farklı ölçeklerde olabilir (Örneğin karayolları verileri 1/100.000, nüfus dağılım verileri 1/10.000 gibi). Tüm bu veriler sistemde birleştirilmeden önce aynı ölçeğe dönüştürülmelidir. Bu dönüşüm coğrafik verilerin görüntüsünü almak amacıyla geçici olabileceği gibi bazı analiz işlemleri için kalıcı olarak da uygulanabilmektedir.

Veri sunumu: CBS’de işlenen ve analiz edilen veriler harita altlığı ve çeşitli grafiklerle görsel hale getirilir. Hem görsel hem de açıklayıcı bilgilerin aynı ortamda düzen içinde bulunması, sistem ile kullanıcı arasındaki iletişim kalitesini arttırmaktadır. Bu bağlamda CBS aynı zamanda kartografya biliminin gelişmesine de katkıda bulunan yeni ve daha etkili araçlar sunmaktadır.

Geleneksel tanımlara göre CBS’nin temel anlamda birbiriyle devamlı ilişki halinde olan beş adet bileşeni vardır. Bunlar; donanım, yazılım, veri, insan ve yöntemdir (Ertoğral, 2019, s.26). Ancak günümüzde bilgisayar destekli işlemlerin büyük çoğunluğunun ağ (network) üzerinden yapıyor olması “ağ”ı altıncı bileşen konumuna getirmektedir (Türe, 2018, s.8).

Şekil 3.3. CBS’nin Bileşenleri



Kaynak: <http://www.cbsdogalafetler.com/Cbs.html> (Erişim Tarihi: 29.05.2019)

Veri (Data): Veriler, CBS’de bütün bileşenlerin ortak noktası olmaktadır. Coğrafi veriler ve bunlarla ilişkili olan sözel veriler sistemin ana omurgasını oluşturmaktadır. Bu veriler üretilebilir, ticari olarak temin edilebilir ya da ilgili kurum ve kuruluşların veri tabanlarından sağlanabilir. Verilerin elde edilmesi noktasında en önemli husus, verilerin güncel, doğru ve tarafsız olmasıdır.

Donanım (Hardware): Donanım CBS yazılımlarının çalıştırılacağı ve ilgili tüm işlemlerin yapılacağı bilgisayar sistemleridir. Bunun yanında yazıcı (printer), çizici (plotter), tarayıcı (scanner) ve sayısallaştırıcı da (digitizer) sistemin önemli parçaları olan yan donanımlar olarak kullanılmaktadır. Donanım bileşeni olarak bilgisayar sistemlerinde önemli olan, CBS yazılımını kabul edilebilir performansta çalıştırabilecek işlemciye ve yüksek hacimli verileri depolamaya elverişli bir hafızaya sahip olmalarıdır.

Yazılım (Software): Bilgisayarların, yan donanımların ve CBS uygulamalarının uyumlu çalışması yazılımlar ile mümkün olmaktadır. Yazılımlar, CBS işlemlerinin her aşamasında aktif olarak kullanılan ve işlem yapmayı mümkün kılan bilgisayar programlarıdır. Bu tip yazılımlar genellikle ticari amaçlı bilgisayar ve yazılım şirketleri tarafından üretilmektedir. Buna ek olarak askeri ve akademik kuruluşlar da bu tip yazılımlar geliştirmektedir.

İnsan (Kullanıcı/Personel): Sistemin başarılı bir şekilde işlemesi, sisteme adapte olmuş eğitimli insanlar sayesinde mümkün olmaktadır. Tüm bileşenlerin işlerliği onları bir araya getirip kullanan insanlara bağlı olmaktadır. Bu bağlamda CBS, sistemleri ve donanımı dizayn eden, verileri oluşturan ve sistemin kullanım amaçlarını belirleyen kişilerden oluşan geniş bir kullanıcı kitlesine sahiptir.

Yöntem (Metot): Ulaşılması hedeflenen bilgiye uygun araçların ve işlemlerin belirlenmesi, yöntem bileşenini ortaya çıkarmıştır. Etkin ve verimli planlar ve amaca uygun tasarlanan modeller CBS’nin işleyişi için büyük önem taşımaktadır.

Ağ (Network): bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ile günümüzde neredeyse tüm bilgi işlem uygulamaları ağlar üzerinden yapılmaktadır. CBS’de buna paralel bir gelişim göstermiştir. CBS uygulamalarının ve sistem için gerekli verilerin tamamı kullanıcılar tarafından ağ üzerinden paylaşılmakta ve yayınlanmaktadır.

3.1.2. CBS'nin tarihçesi ve gelişimi

Kullanım alanı ve sistemsel özellikleri çok geniş olan CBS'nin ilk ortaya çıkışı 20. yüzyılda olmuştur. Fakat biraz geniş perspektiften incelendiğinde, CBS'nin kökeninin aslında harita yapımına dayandığını söylemek yanlış olmayacaktır. CBS konumsal bilgiyi temel aldığı için bu bağlamda ilk örnekleri tematik haritaların yapımına dayanmaktadır. Tarihte bilinen ilk tematik harita 1819 yılında Fransa'daki okuma – yazma durumunu göstermek amacı ile Charles Dupin tarafından oluşturulmuştur (Ertoğral, 2019, s.25). Fakat modern anlamda CBS'nin ortaya çıkışı, CBS'nin önemli bir bileşimi olan donanım yani bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler sayesinde olmuştur.

Tablo 3.1. CBS'nin Tarihsel Gelişimi

| 1970 Öncesi | 1970 | 1980 | 1990 | 2000 |
|---|---|---|---|--|
| Kanada CBS (CGIS) ve URISA kuruldu (1963) | Kanada CBS tamamlandı ve ilk CBS sempozyumu düzenlendi (1970) | ESRI Arc/Info CBS yazılımını piyasaya sürdü ve GPS uygulamaya geçti (1981) | MapInfo Professional Piyasaya sürüldü, IRS-1B ve ERS-1 uydusu fırlatıldı (1991) | Mobil CBS yazılımı ArcPad piyasaya sürüldü (2000) |
| ESRI ve Integraph kuruldu (1969) | Landsat Uydusu fırlatıldı (1972) | İşlem şirketi kuruldu (1984) GRASS yazılımı geliştirildi ve Mapping Awareness dergisi yayınlandı (1985) | JERS-1 uydusu fırlatıldı, GIS Europe yayınlandı, ArcCAD, MapBasic ve MapeXtreme piyasaya çıktı, Sayısal Grafik kuruldu (1992) | ArcGIS 8.1 piyasaya sürüldü (2001) |
| | ERDAS kuruldu (1978) | MapInfo kuruldu, SPOT uydusu fırlatıldı ve Burrough ilk CBS kitabını yazdı, PC Arc/Info çıktı (1986) | Open GIS Cons. Kuruldu, Türkyed 1. Ulusal CBS Semp. Düzenlendi (1994) | Tübitak BiİLSAT uydusu fırlatıldı (2003) |
| | | Chorley rapor hazırlandı, IJGIS dergisi yayınlandı, Idrisi hayata geçti (1987) | RADARSAT-SAR uydusu fırlatıldı (1995) | ArcGIS 9 ve MapeXtreme .NETs piyasaya sürüldü (2004) |
| | | Smallworld TransCAD yazılımları piyasaya çıktı, TIGER açıldı, Türkiye'de EGHAS yazılımı geliştirildi (1988) | AGIS yazılımı geliştirildi, IRS-1D ve Landsat-7 uydusu fırlatıldı, Arc/Info 8 ve ArcIMS geliştirildi (1997) | Quicbird uydusu fırlatıldı (2005) |
| | | NETCAD firması ve EMİ Mühendislik kuruldu (1989) | ICONOS uydusu fırlatıldı (1999) | |

Kaynak: Tecim, 2008.

Modern anlamda CBS'nin kavramsal olarak ortaya çıkışı, 1963 yılında Dr. Roger Tomlinson öncülüğünde Kanada'nın ulusal arazi tiplerinin özelliklerine göre tespit edilmesi amacıyla oluşturulan "Kanada Arazi Envanteri" projesine dayanmaktadır (Türe, 2018, s.8). Bu bağlamda incelendiğinde modern anlamda CBS'nin ortaya çıkışında teknolojik gelişime ek olarak konumsal bilgiye duyulan ihtiyacın da ön plana çıktığı görülmektedir.

1960'lı ve 1970'li yıllarda yapılan öncü çalışmalar ile birlikte modern anlamda CBS'nin temelleri atılmıştır. Yeryüzünün fiziksel özelliklerine ait tespitler ve veri üretimlerine ek olarak sonuçların bilgisayar ortamına aktarılıp saklanması ve analiz olanaklarının belirlenmesi bu yıllarda olmuştur. Bu bağlamda ABD ve Kanada'daki araştırma merkezleri, üniversiteler ve askeri kuruluşlar bu çalışmalara öncülük eden kuruluşlar arasında yerlerini almışlardır.

3.1.3. CBS'nin kullanım alanları

CBS tüm dünyada çok geniş bir kullanıcı kitlesine ve kullanım alanına sahiptir. Sistemi bu denli kompleks yapan unsurlardan birisi de disiplinler arası taraflara sağladığı faydadır. Coğrafi verilere ihtiyaç duyulan her alanda farklı seviyelerde CBS kullanılmaktadır. Bu durum CBS'nin, teknolojinin ilerlemesine paralel olarak gün geçtikçe yeni alanlarda, yeni uygulamalarda kullanılmasına sebep olmaktadır.

Günümüzde hükümetlerin yerel yönetim uygulamaları, pazarlama, lojistik, varlık yönetimi, finans ve eğitim hizmetleri gibi alanlarda CBS'den ciddi bir şekilde faydalanılmaktadır. Avrupa Birliği 5. Çerçeve Programı dahilinde yürütülen “Avrupa Coğrafi Bilgi Ağı (Geographic Information Network in Europe)” projesinde yatırım miktarlarına göre en yüksekten en düşüğe doğru CBS kullanıcıları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Türe, 2018, s.10):

- Merkezi hükümetler
- Belediyeler/Valilikler
- Telekomünikasyon sektörü
- Ulaşım sektörü
- Acil yardım servisleri
- Eğitim/Araştırma kurumları
- Perakende ve toptan satış sektörü
- Finans sektörü
- Savunma sanayi
- Sağlık sektörü
- Çevre yönetimi
- Emniyet kurumları
- Emlak/İnşaat sektörü

3.2. QuantumGIS (QGIS)

Quantum GIS (QGIS), birden fazla işletim sistemiyle desteklenen, verileri görmeye düzenlemeye ve analiz etmeye yarayan açık kaynak kodlu (open source software) bir CBS yazılımıdır (Ermiş, 2015, s.23). QGIS Linux, Mac OSX ve Windows'ta çalıştırılabilmekte ve GDAL kütüphanesi desteği sayesinde coğrafi raster formatları (GeoTIFF, Erdas Imagine Images, Arc/Info ASCII Grid vb.) ve OGR kütüphanesi ile de vektör formatlarını (ESRI Shapefile, MapInfo, GML vb.) desteklemektedir (Kepoğlu ve Düzgün, 2008, s.194). QGIS ile kamu kurum ve kuruluşlarının, özel sektörün ve bireysel kullanıcıların ihtiyaçları doğrultusunda, kullanıcıya özgü yazılımlar geliştirilebilmektedir.

Genel kamu lisansı ile lisanslandırılmış QGIS, WEB haritalama servisi ekleme PostgreSQL coğrafi veri tabanına bağlanma, farklı projeksiyona sahip verileri otomatik olarak arka planda dönüştürüp üst üste bindirme (on the fly projection) ve ESRI shapefile formatında veri yaratma gibi çeşitli işlemleri tek bir yazılımda kullanıcıya sunma özelliğine sahiptir. Bu özelliği ile diğer CBS yazılımlarına kıyasla farklı harita projeksiyonları kullanan birçok katman ile haritalar üretilmesine olanak sağlar.

Modüler yapıda tasarlanmış olan QGIS yazılımının eklenti (plug – in) özelliği, farklı özelliklerin yazılıma sonradan dâhil edilerek sürekli geliştirilebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu modüler eklenti yapısı sayesinde, özgür CBS yazılımlarından biri olan GRASS'ın (Geographic Resources Analysis Support System) tüm araçları QGIS içinde çalıştırılabilmekte ve kullanıcı dostu bir ara yüz ile birlikte kullanılabilir (Kepoğlu ve Düzgün, 2008, s.194). Bahsi geçen eklentilerin bazıları yazılım ile birlikte varsayılan (default) özellikler olarak gelmekte iken bazıları ilgili ağdan, WEB ortamından veya üçüncü şahıslardan elde edilebilmektedir.

QGIS yazılımının temel özellik ve fonksiyonları aşağıdaki gibi listelenebilmektedir (Yılmaz, 2006, s.43):

- Postgis aracılığıyla mekânsal olarak kullanılabilen PostgreSQL tabloları desteği
- ESRI shape dosyaları ve OGR'nin desteklediği vektör formatlarını destekleme
- GDAL'ın desteklediği raster formatlarını destekleme
- GRASS entegrasyonu ile görüntüleme, düzeltme ve analiz etme
- Vektör katmanlarının anında projeksiyonu
- Harita düzenleyici

- Obje özelliklerini belirleme
- Öznitelik tablosu görüntüleme
- Obje seçme ve etiketleme
- Proje kayıt ve onarım
- Vektör sembolojisini değiştirme

QGIS hâlihazırda, yüksek kaliteli açık kaynak kodlu CBS yazılımları hazırlamak ve bunlara destek vermek için kurulmuş olan Open Source Geospatial Foundation (Açık Kaynak Kodlu Mekânsal Yazılım Destekleme Vakfı) çatısı altında faaliyetlerini devam ettirmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ESKİŞEHİR İL MERKEZİNDEKİ KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN BÖLGESEL DAĞILIMININ BELİRLENMESİNDE CBS İLE HARİTALANDIRMA METODUNUN KULLANIMI

Çalışmanın dördüncü bölümünde, Eskişehir Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçelerinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin, işletmelerinin bulunduğu bölgeler ve faaliyet alanları veri seti olarak kullanılmıştır. Bu veri seti, CBS yazılımı QGIS kullanılarak haritalandırılmış ve Eskişehir'in kadın girişimciliği alanında girişimcilik haritası oluşturularak bölgesel ve sektörel bazda kadın girişimciliği incelenmiştir. Bu bölümde çalışmanın amacı ve veri seti hakkında bilgiler verilecek ve uygulama sonucunda elde edilen bulgular paylaşılacaktır.

4.1. Çalışmanın Amacı

Kadın girişimciliğinin Eskişehir il merkezindeki bölgesel dağılımının ele alındığı bu çalışmada, Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçelerinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin bölge ve sektör ilişkileri Coğrafi Bilgi Sistemleri aracılığıyla haritalandırılarak incelenmiştir. Çalışmanın temel olarak iki amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, kadın girişimcilerin Eskişehir il merkezi bölgesinde hangi sektörlerde faaliyet göstermeyi seçtiklerini tespit etmek ve sonucu kadın girişimciliğinin karakteristik özellikleri bazında incelemektir. Çalışmanın ikinci amacı ise kadın girişimcilerin hangi bölgelerde ve hangi sektörlerde girişimcilik faaliyetlerini başlattığını/sürdürdüğünü tespit ederek, Eskişehir özelinde potansiyel kadın girişimcileri ve yerel politika yapıcılarını bilgilendirmek ve yönlendirmektir.

4.2. Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın sınırlılıkları temelde veri setinin yapısı ile alakalı olmaktadır. Bu çalışmada ele alınan veri setinde kadın girişimcilerin bazıları bireysel ve tek kişi olarak işletme sahibiyken bazıları ortak konumundadır. Fakat verilerin ilk kayıt edilirken oluşturulan yapıları itibarıyla hangi kadın girişimcilerin işletme sahibi hangilerinin ortak olduğu bilinmemektedir. Bu noktada kadın girişimcilerin ekonomik faaliyette bulunma

amacı gütmeden yalnızca eşlerinin ya da ailelerinin etkisiyle ortak konumunda işletmede bulunması ve yan faydalardan yararlanması söz konusu olabilir.

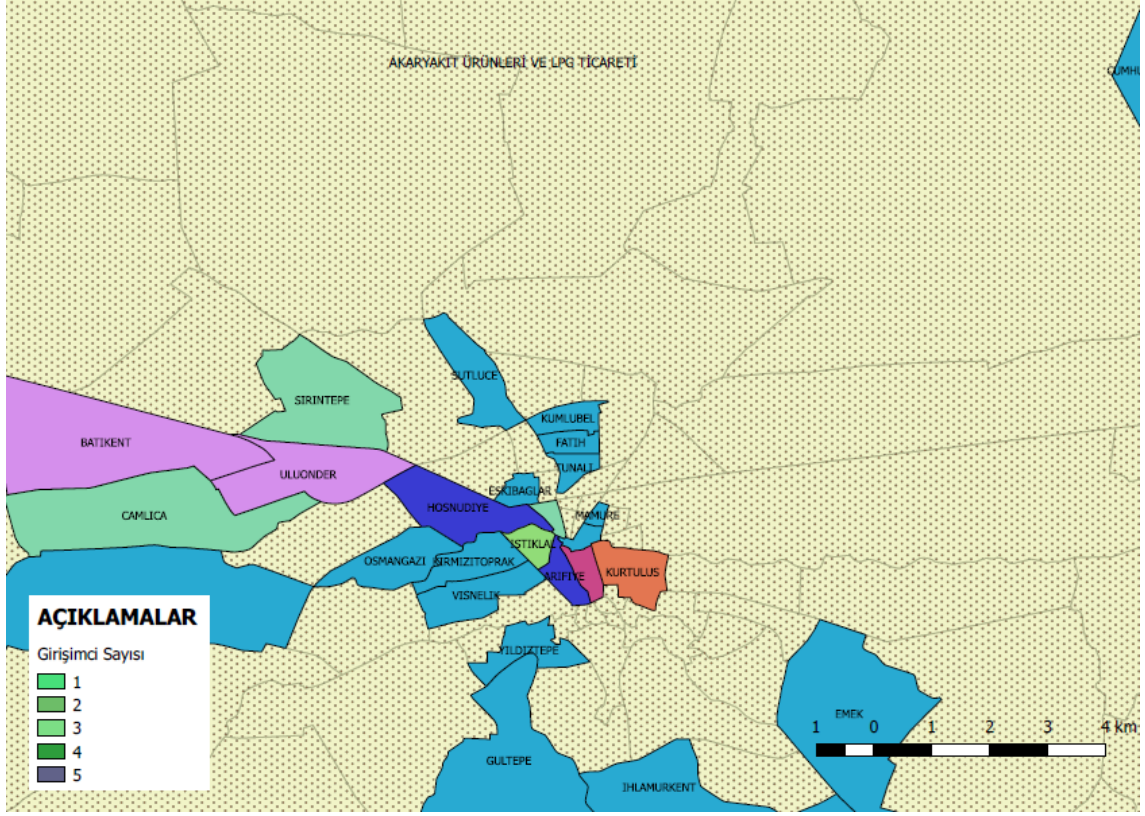
Çalışmanın bir diğer sınırlı kalan noktası ise kayıt dışı ekonomik faaliyetlerdir. Global Entrepreneurship Monitor Startup Watch 2019 raporuna göre Türkiye’de kadın girişimcilerin en çok tercih ettikleri sektör e – ticaret olmuştur. E – ticaret sektörü yapısal olarak home – office modelinde sürdürülebilir bir sektördür. Bu durumda girişimcilerin büyük bir çoğunluğu evden internet üzerinden hatta sosyal medya organları aracılığıyla sistemde kayıt dışı ekonomik faaliyette (vergilendirme sistemine kayıt olmadan) bulunabilmektedirler. Bu sebeple bu tip faaliyetlerin verileri sistemde kayıt altına alınamamaktadır.

4.3. Veri Seti

Çalışmada kullanılan veri seti, Eskişehir ili Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçelerinde girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadın girişimcilerinin sayısı (mahallî bazda), işletmelerinin lokasyonları ve sektör bilgilerinden oluşmaktadır. Bu veri seti Eskişehir Ticaret Odası’nın ve Eskişehir İli Kadın Girişimciler Kurulu İcra Komitesinin destekleri sayesinde edinilmiştir. Veri setinde ele alınan işletmeler, işletme sahibi yalnızca kadın girişimci olan ya da en az bir ortağı kadın girişimci olan işletmelerdir. Bir diğer uygulama materyali olan ve CBS uygulamasında haritalandırma metodu için kullanılan güncel mahalle sınırlarını gösteren Eskişehir haritası ise, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi’nden edinilmiştir.

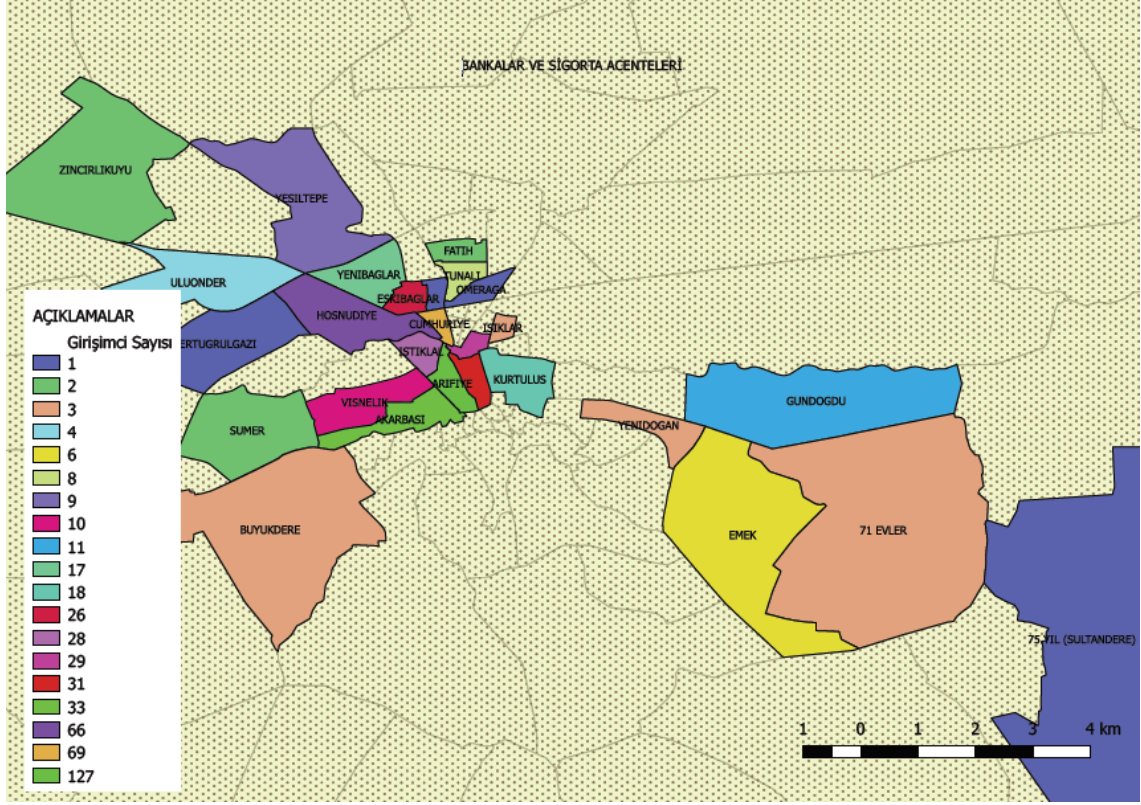
4.4. Metodoloji

Çalışmanın veri seti edinildikten ve uygulama bölgesi belirlendikten sonra ilgili veriler QGIS yazılımı aracılığıyla sanal ortamda bulunan harita altlığına eklenmiş ve her sektör için ayrı ayrı haritalandırma metodu uygulanmıştır. Bu bağlamda kadın girişimcilerin faaliyet gösterdiği 33 adet sektör/iş kolu uygulamaya dâhil edilmiştir.



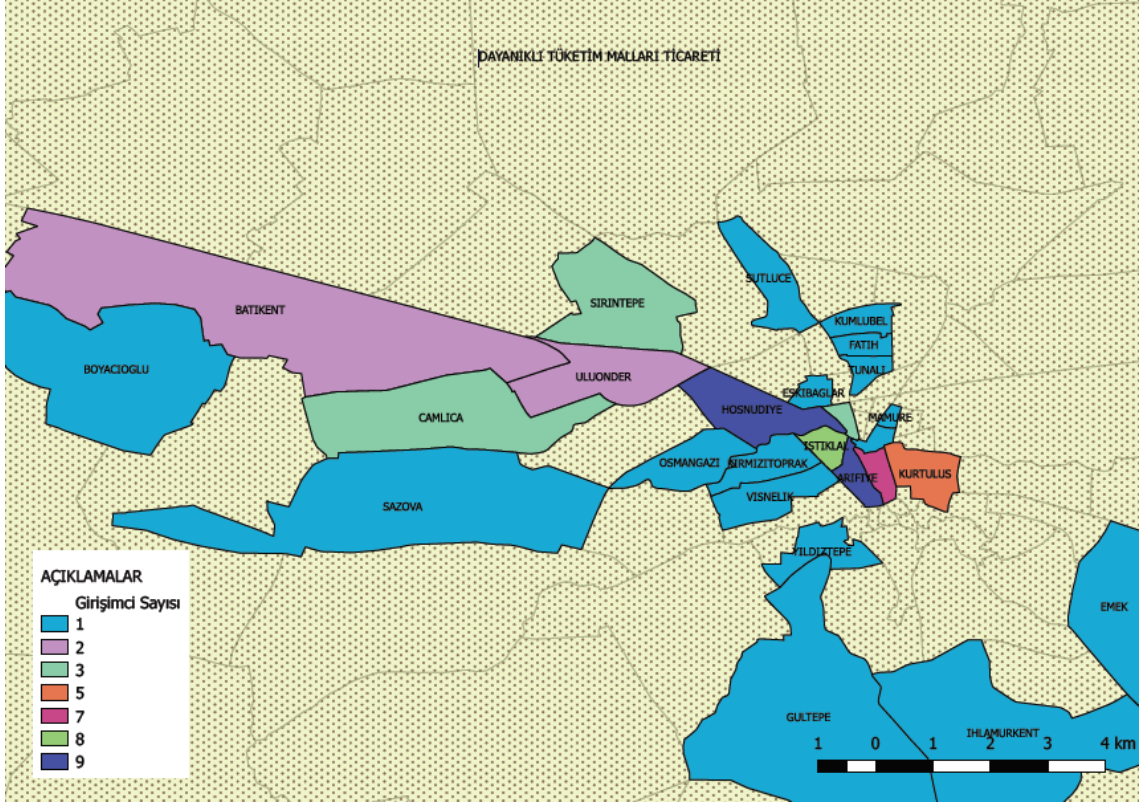
Şekil 4.1. Akaryakıt Ürünleri ve LPG Ticareti

Şekil 4.1.'de görüldüğü üzere akaryakıt ve LPG ürünleri ticareti kadın girişimciler tarafından çok az tercih edilen bir sektördür. Ele alınan bölgedeki kadın girişimcilerin toplam sayısına kıyasla çok az sayıda kadın girişimci bu sektörde faaliyet göstermektedir. Bu sektörde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin lokasyonları, akaryakıt ve LPG ticaretine uygun şekilde şehir giriş çıkışlarında ve şehir merkezinde ana yollara yakın bölgelerde yoğunlaşmıştır.



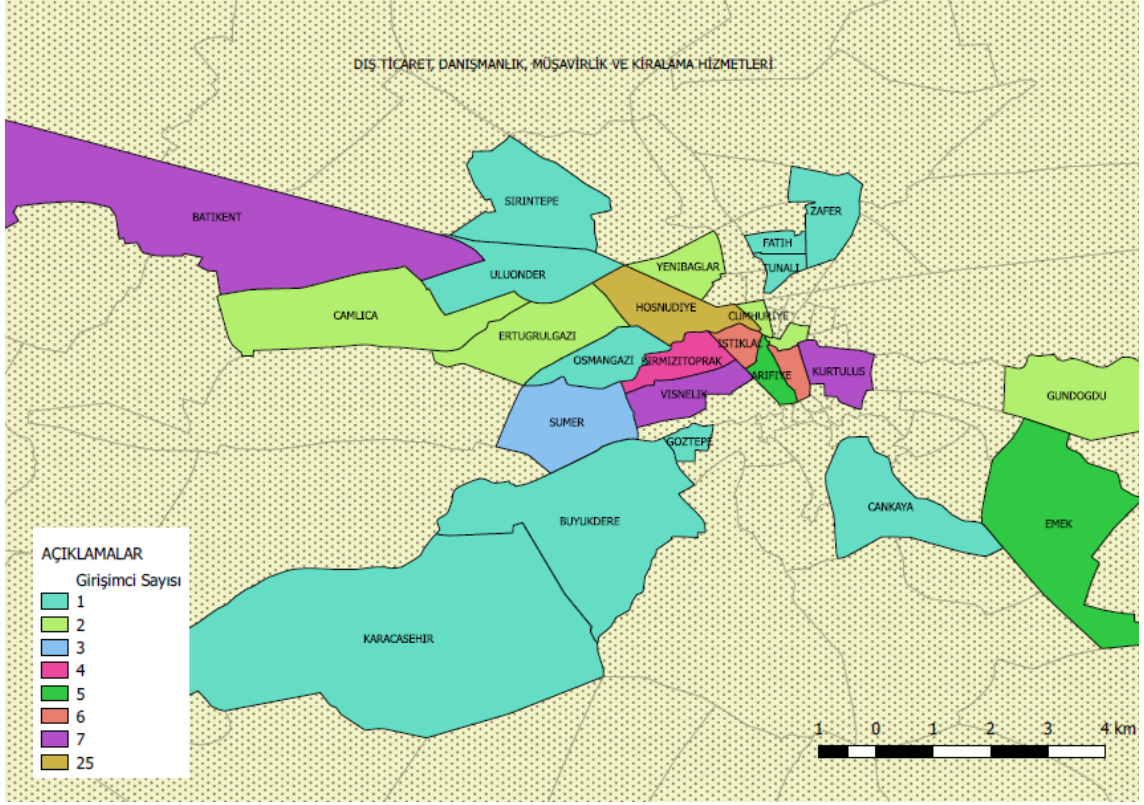
Şekil 4.2. Finans ve Sigortacılık Hizmetleri

Finans ve sigortacılık hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin lokasyonları Şekil 4.2.'de görüldüğü üzere Akarbaşı, Arifiye, Cumhuriye ve İstiklal mahalleleri gibi merkezi bölgelerde yoğunlaşmıştır. Diğer yandan finansal hizmetler ve sigorta hizmetlerinin kadın girişimciler tarafından yoğun bir şekilde tercih edildiği görülmektedir.



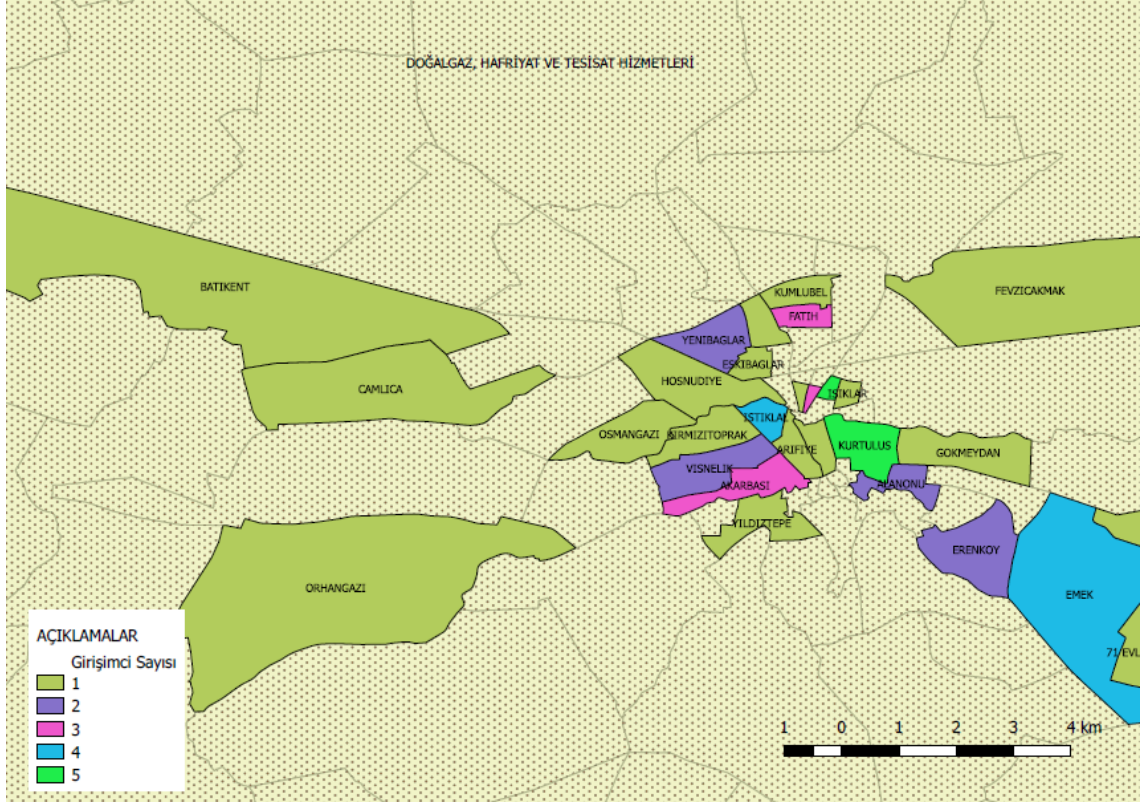
Şekil 4.3. Dayanıklı Tüketim Malları Ticareti

Dayanıklı tüketim malları ticareti kadın girişimciler tarafından çok tercih edilen bir sektör olmamakla birlikte, kadın girişimci sayısının en yoğun olduğu bölgeler aynı şekilde ekonomik faaliyetin en yoğun olduğu bölgeler olarak karşımıza çıkmaktadır.



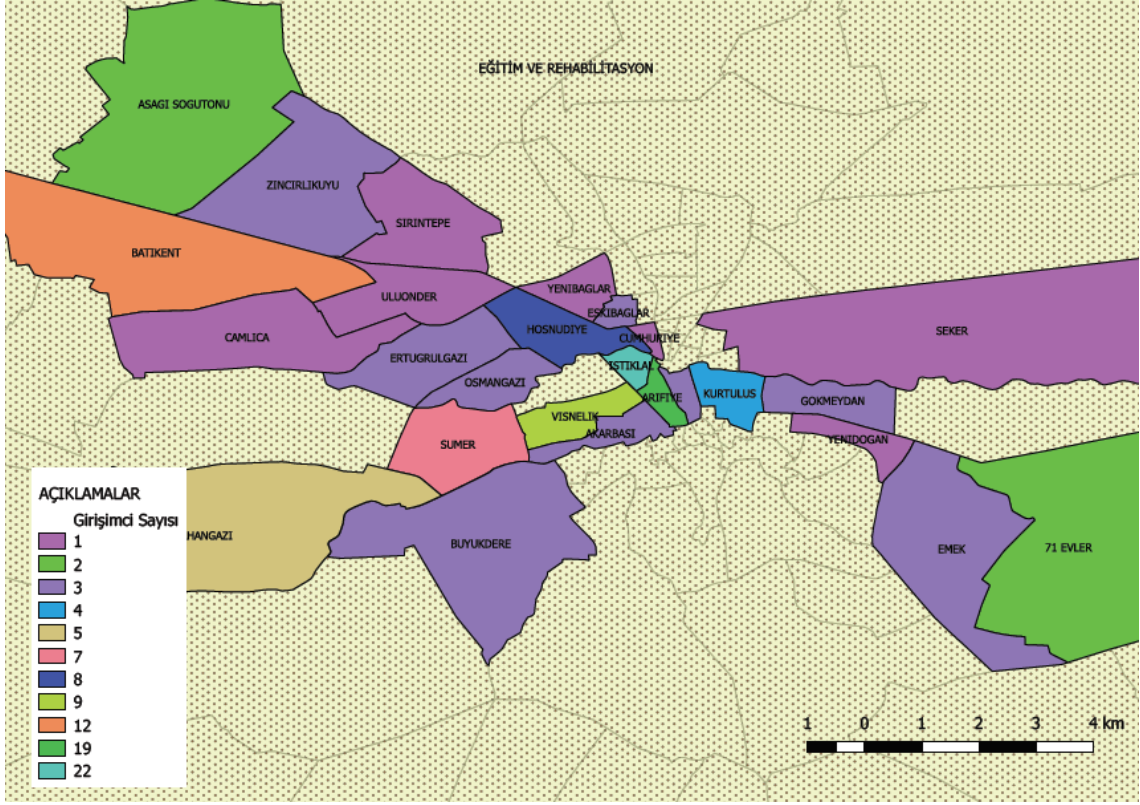
Şekil 4.4. Dış Ticaret, Danışmanlık, Müşavirlik ve Kiralama Hizmetleri

Dış ticaret, danışmanlık, müşavirlik ve kiralama hizmetleri sektörlerinde kadın girişimciler, faaliyette buldukları sektörler gereği hem ticaret odası ve vergi dairesi gibi kurum ve kuruluşlara hem de ekonomik faaliyetin yoğun olduğu merkezlere yakın lokasyonları tercih etmişlerdir.



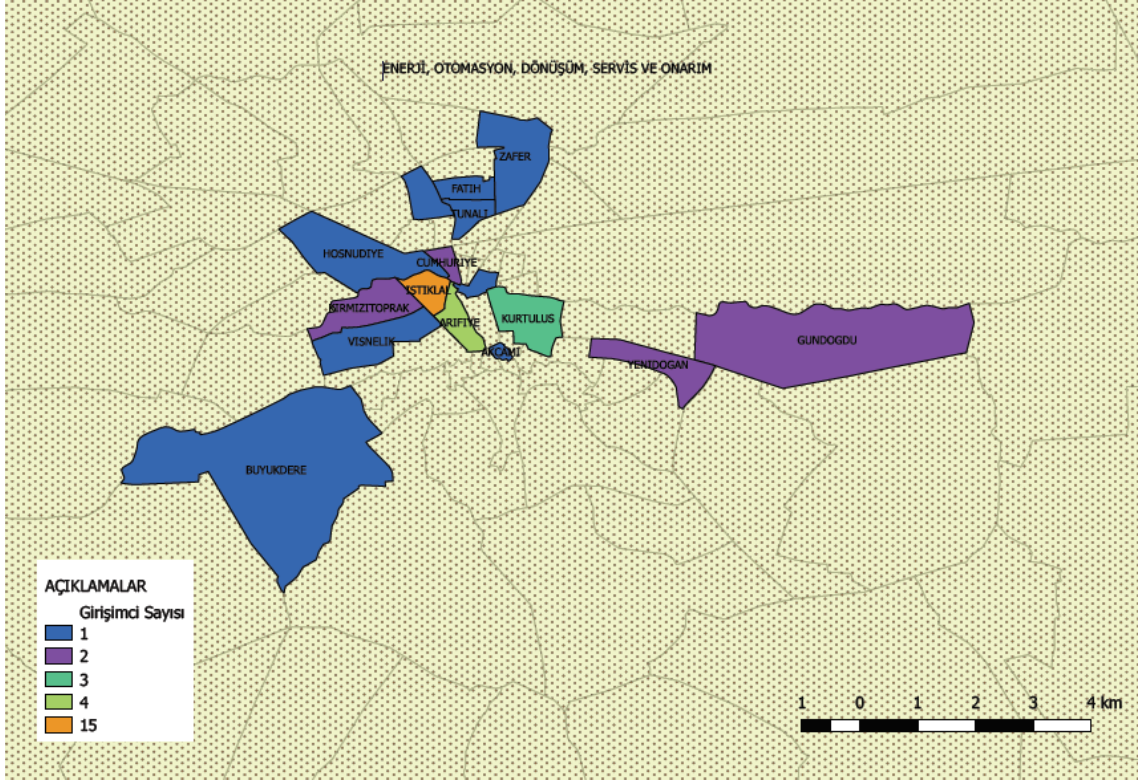
Şekil 4.5. Doğalgaz Kurulum ve Ticaret, Hafriyat ve Tesisat Hizmetleri

Doğalgaz kurulum ve ticareti, hafriyat ve tesisat hizmetleri alanında faaliyet gösteren kadın girişimci sayısı toplam kadın girişimci sayısına ve diğer sektörlerle kıyasla çok düşük görünmektedir. Buradan hareketle bu sektörlerin kadın girişimciler tarafından çok tercih edilmediği söylenebilir.



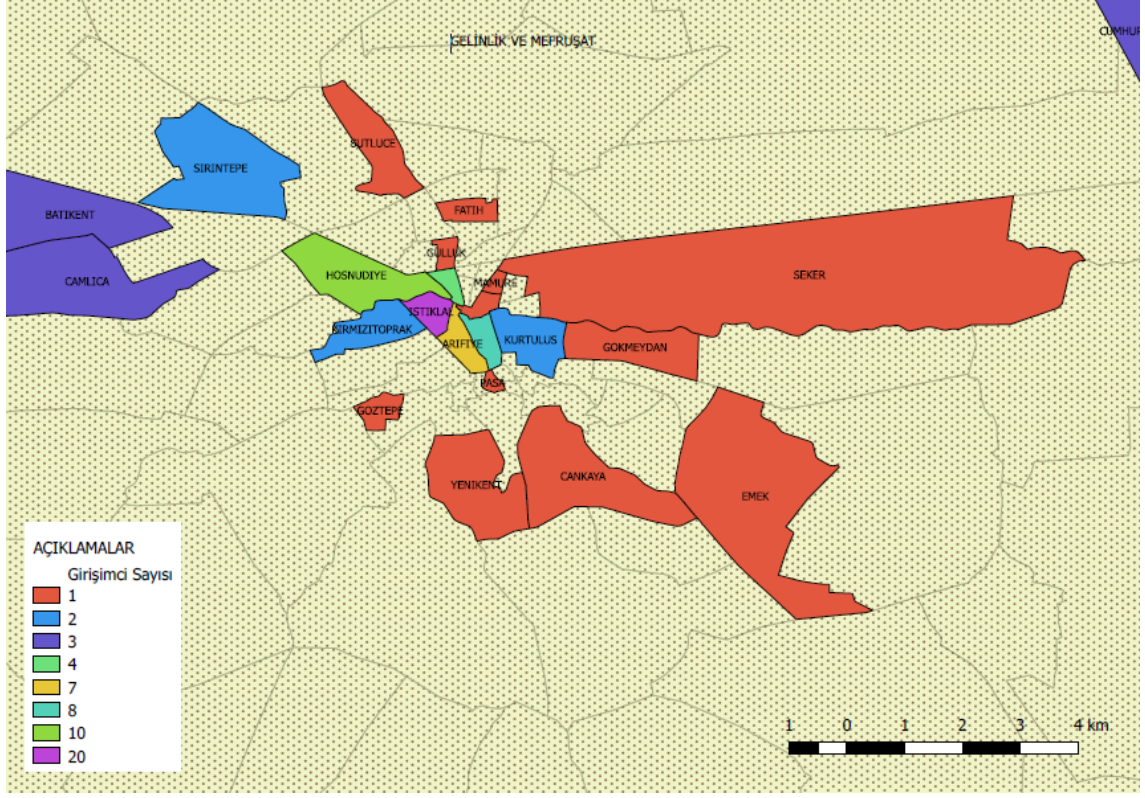
Şekil 4.6. Eğitim ve Rehabilitasyon Hizmetleri

Eğitim ve rehabilitasyon hizmetleri kadın girişimciler tarafından yoğun olarak tercih edilen sektörlerden olmuşlardır. Lokasyon bazında incelendiğinde en yüksek yoğunluk şehir merkezindeki en yüksek ekonomik faaliyetin bulunduğu İstiklal mahallesinde olmakla birlikte, tüm şehir genelinde bir dağılım olduğu görülmektedir.



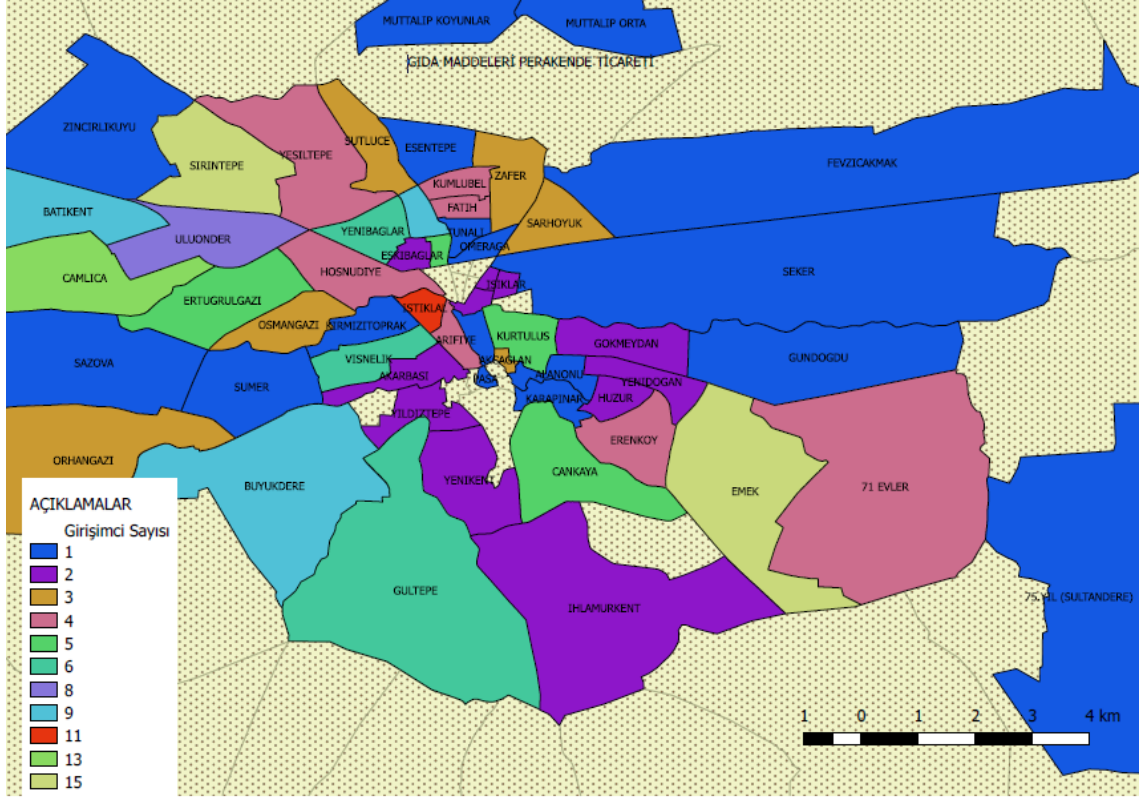
Şekil 4.7. Enerji Ticareti ve Kurulumu, Otomasyon, Dönüşüm ve Servis ve Onarım Hizmetleri

Enerji ticareti ve kurulumu, otomasyon, dönüşüm ve servis ve onarım hizmetleri sektörleri kadın girişimciler tarafından çok tercih edilmeyen sektörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Lokasyon olarak yoğunluğun şehir merkezinde olduğu görülmektedir.



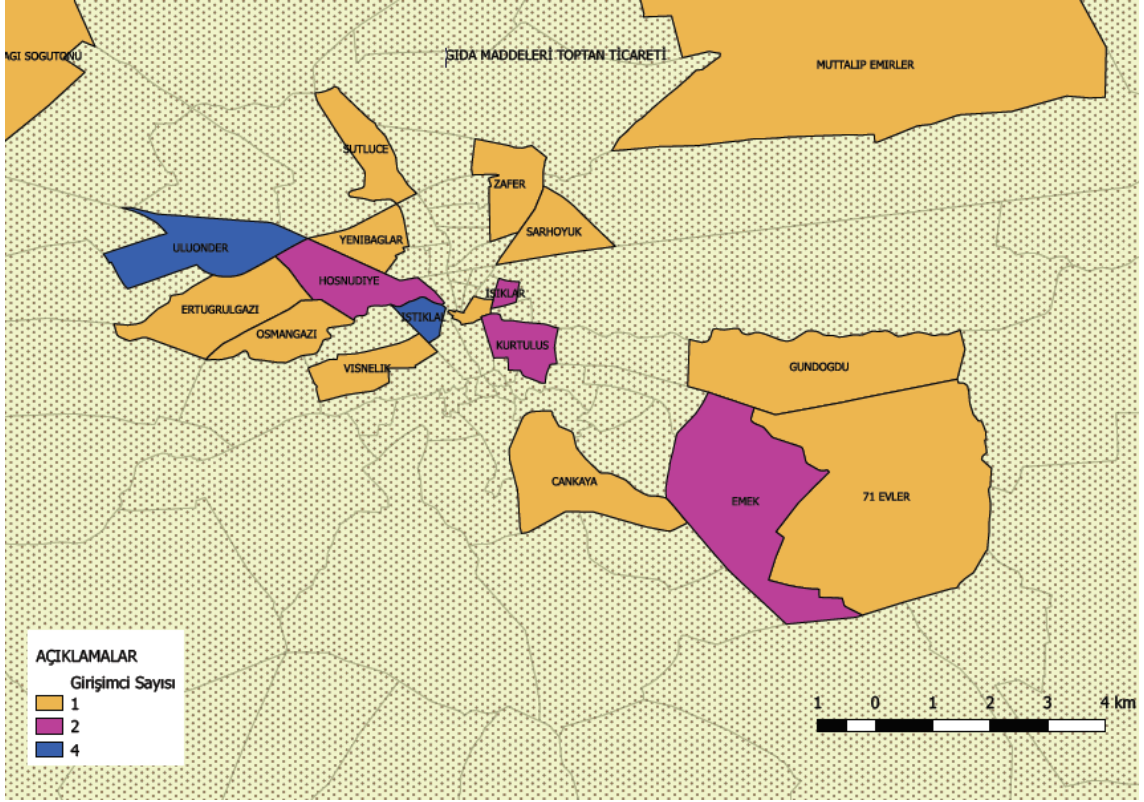
Şekil 4.8. *Gelinlik ve Mefruşat Ticareti*

Gelinlik ve mefruşat ticareti alanında kadın girişimcilerin sayısı azımsanmayacak boyutta olmakla beraber lokasyon olarak yine ekonomik faaliyetin en yoğun olduğu bölgelerden biri olan İstiklal mahallesinde yoğunlaştıkları görülmektedir.



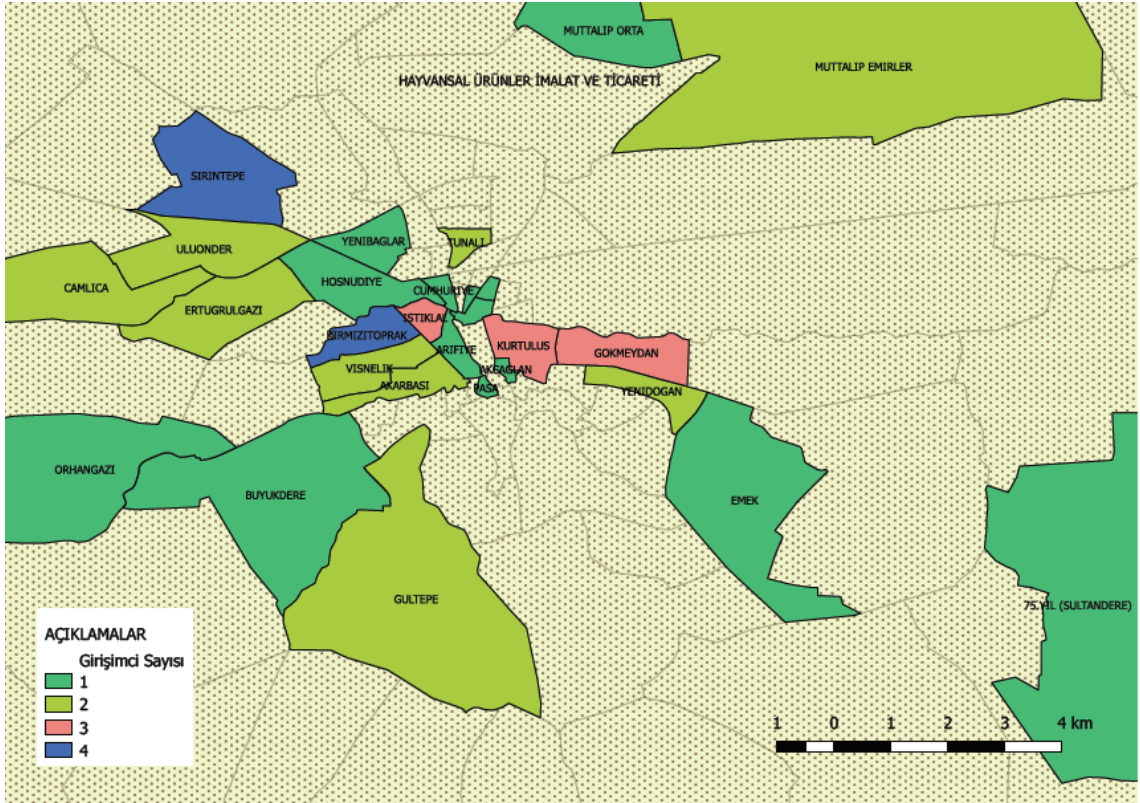
Şekil 4.9. Perakende Gıda Sektörü

Kadın girişimcilerin işletmelerinin lokasyonları, tercih ettikleri sektörler olarak konumsal dağılım göstermektedir. Perakende gıda sektörü beklendiği gibi, belli bazı sektörlerin (akaryakıt LPG ticareti, bankacılık ve sigorta hizmetleri gibi) aksine tüm şehir geneline yayılmış bir dağılım göstermektedir.



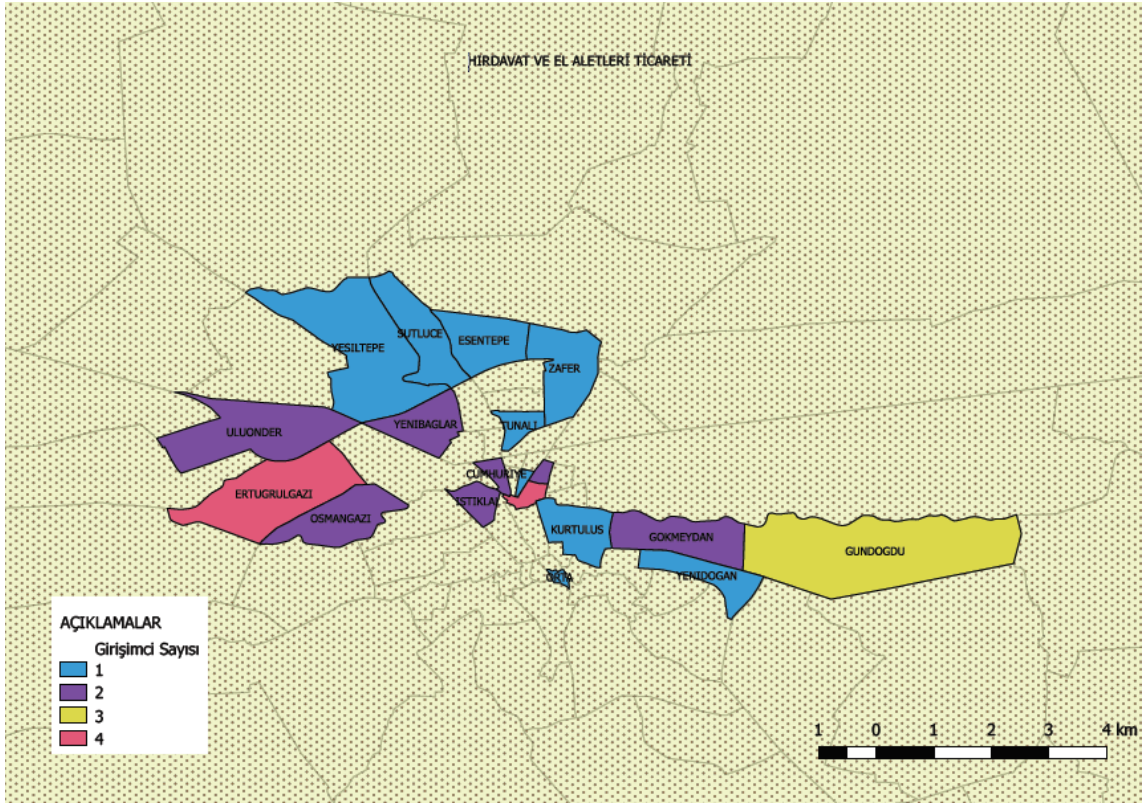
Şekil 4.10. Toptan Gıda Sektörü

Toptan gıda ticareti alanı kadın girişimcilerin en az tercih ettikleri sektörlerin başında gelmektedir. Bununla birlikte toptan gıda sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmeleri konumsal olarak şehir geneline yayılmış bir dağılım göstermektedir.



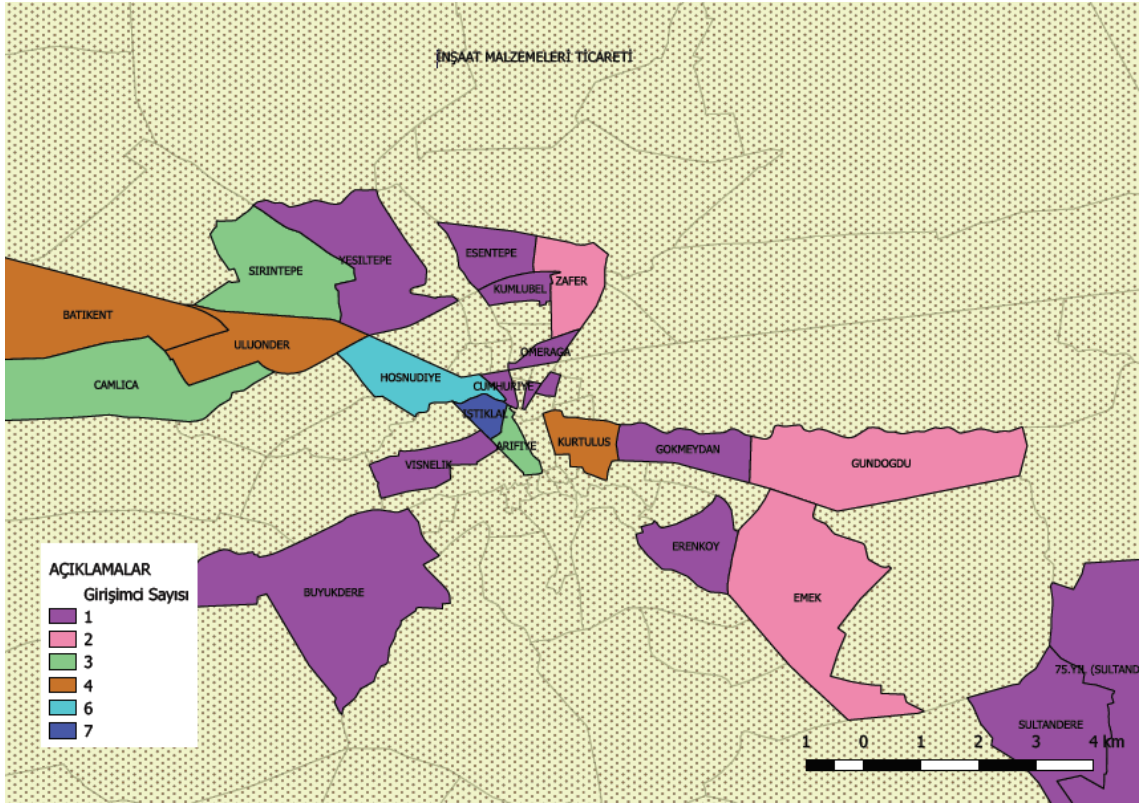
Şekil 4.11. Hayvansal Ürünler İmalatı ve Ticareti

Hayvansal ürünler imalatı ve ticareti sektörünün, kadın girişimciler tarafından tercih edilmeyen sektörlerden olduğu görülmüştür. Sektörün ticarî boyutunda konumsal olarak şehir merkezi ile birlikte şehrin dış bölgelerinin (kırsala yakın) tercih edildiği görülmüştür.



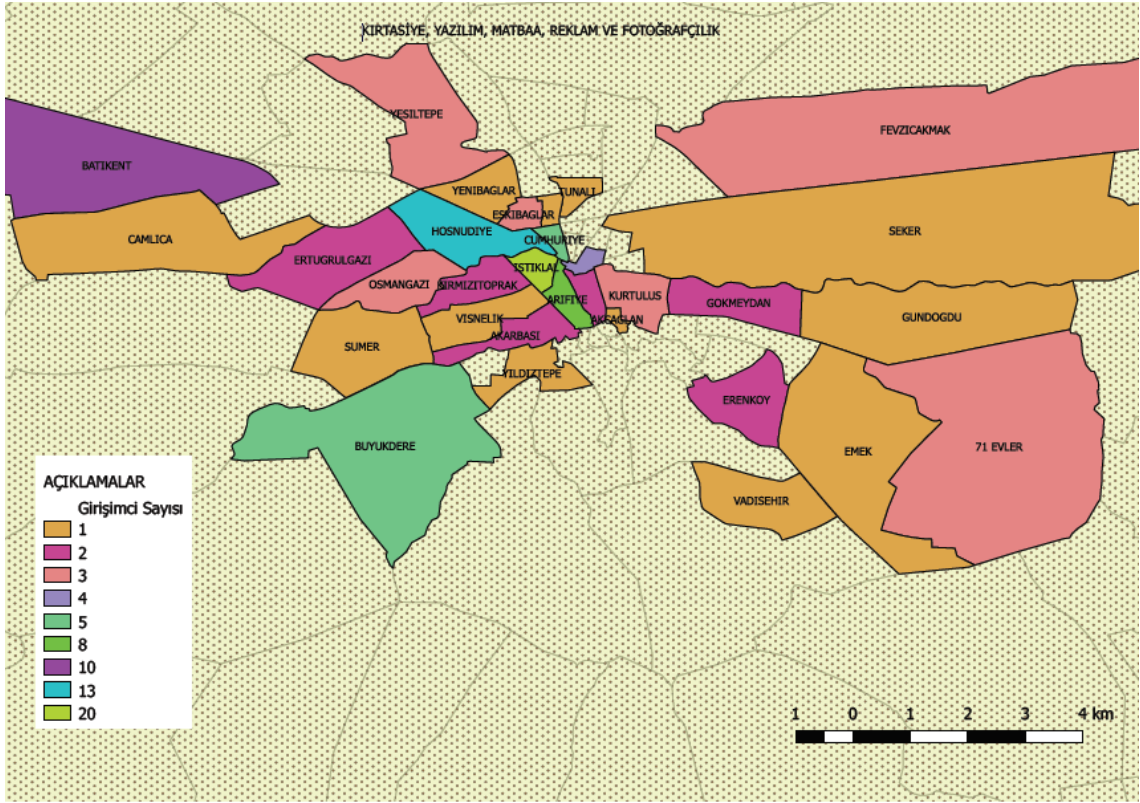
Şekil 4.12. Hirdavat ve El Aletleri Ticareti

Hirdavat ve el aletleri ticareti sektörü yine aynı şekilde kadın girişimciler tarafından tercih edilmeyen sektörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmelerin bölgesel dağılım açısından nüfusu yüksek mahallerde yoğunlaştığı ve şehir geneline yayılmış bir dağılım izlediği görülmüştür.



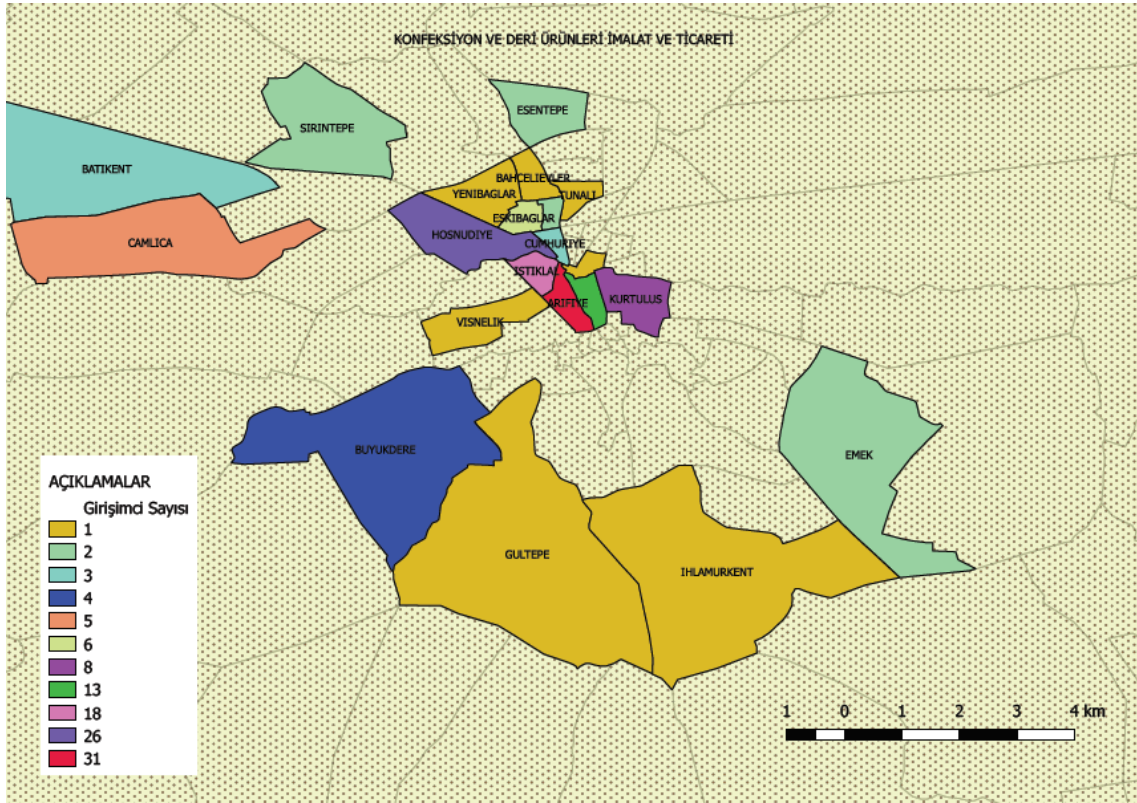
Şekil 4.13. İnşaat Malzemeleri Ticareti

İnşaat malzemeleri ticareti sektörünün azımsanmayacak sayıda kadın girişimci tarafından tercih edildiği görülmüştür. İşletme lokasyonu olarak yine şehir merkezinde yoğunlaşma görülse de genel itibariyle şehrin dış bölgelerindeki mahallelere dağılmış oldukları görülmüştür.



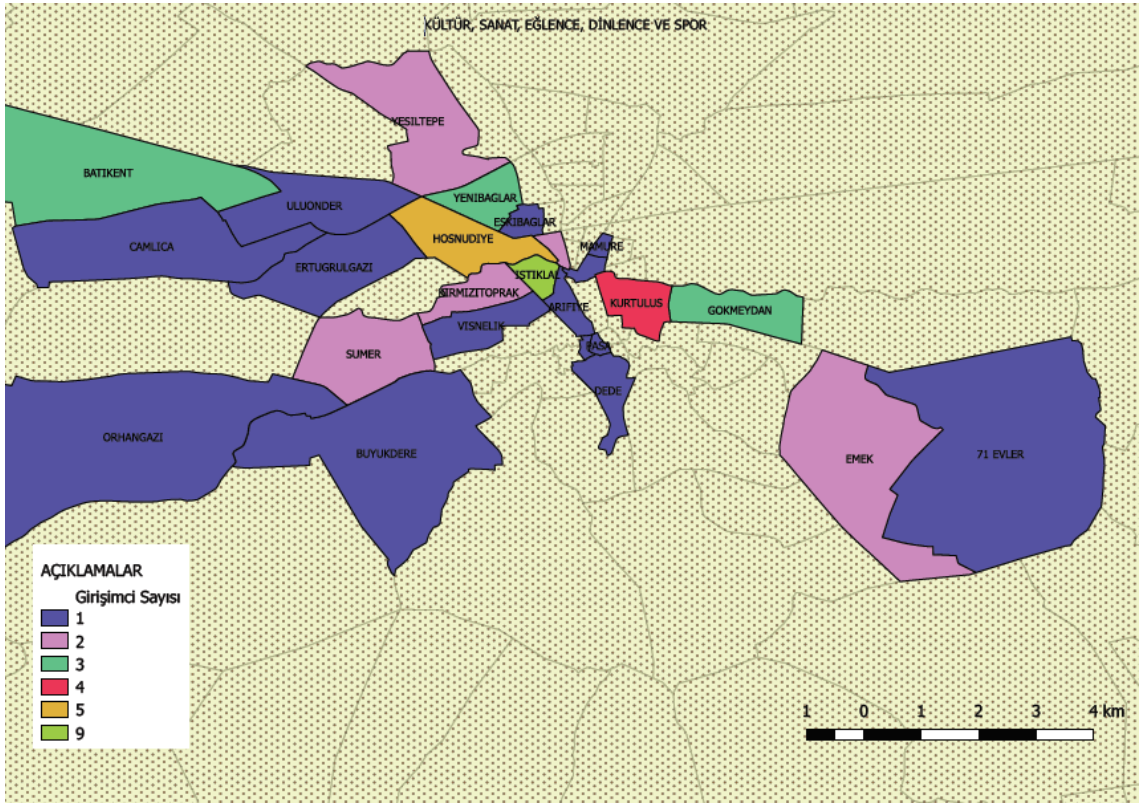
Şekil 4.14. Kirtasiye, Yazılım, Matbaa, Reklam ve Fotoğrafçılık

Kirtasiye, yazılım, matbaa, reklam ve fotoğrafçılık alanları kadın girişimciler tarafından yoğun olarak tercih edilen sektörlerin başında gelmektedirler. Konumsal olarak şehir genelinde bir dağılım görülmekle birlikte, özellikle şehir merkezinde yine ekonomik faaliyetin en yoğun olduğu bölgelerden olan İstiklal ve Hoşnudiye mahallelerinde yoğunlaştıkları görülmektedir.



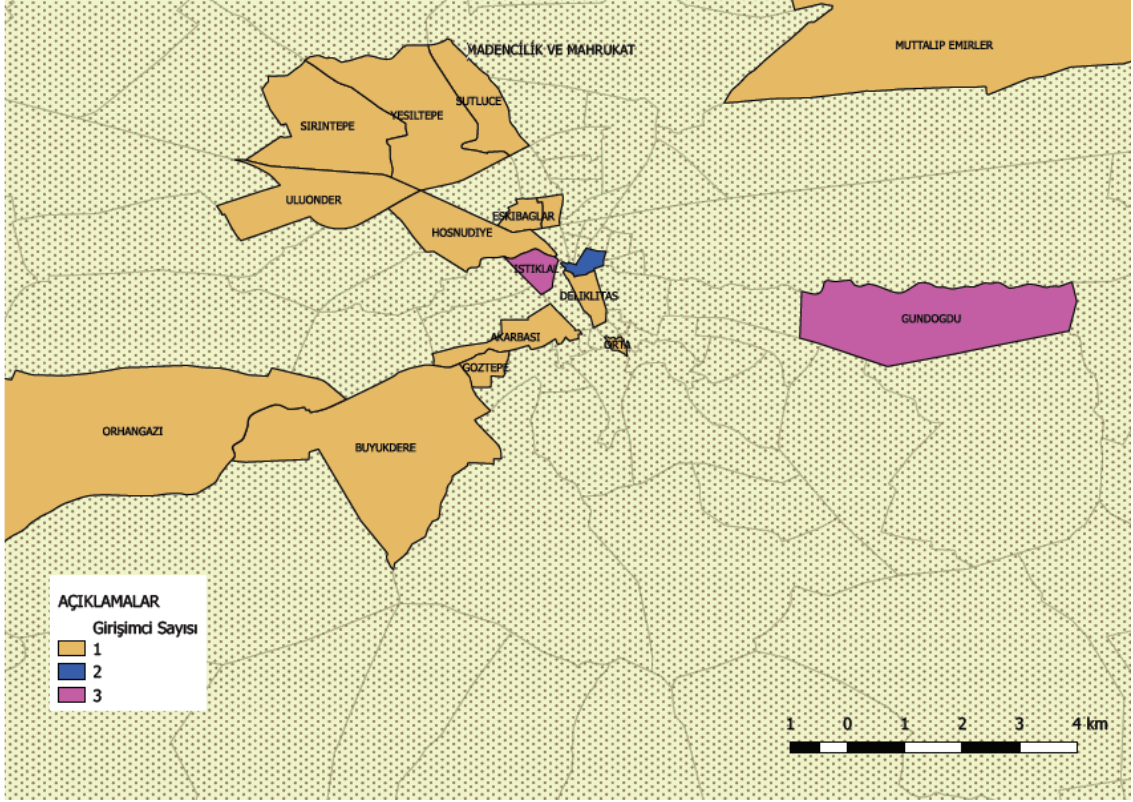
Şekil 4.16. Konfeksiyon ve Deri Ürünleri İmalat ve Ticareti

Kadın girişimciler tarafından yoğun olarak tercih edilen bir diğer sektör konfeksiyon (hazır giyim) ve deri ürünleri sektörü olmuştur. Bu sektörde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin yoğun olarak Arifiye, Hoşnudiye ve İstiklal mahallelerinde konumlandığı görülmektedir.



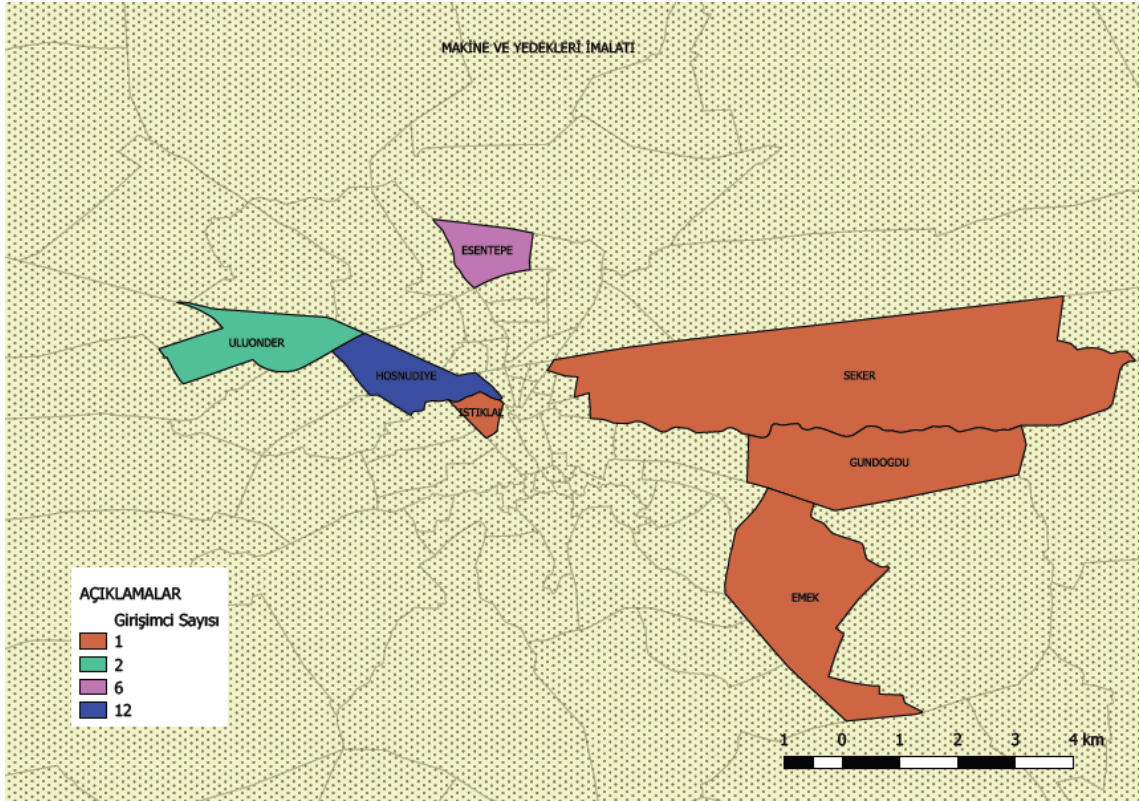
Şekil 4.17. Kültür, Sanat, Eğlence ve Spor

Kültür, sanat, eğlence ve spor alanlarında çeşitli işletmeleri bulunan kadın girişimcilerin azımsanmayacak sayıda olduğu görülmektedir. İşletmelerin yoğun olarak İstiklal ve Hoşnudiye mahallelerinde konumlandıkları belirlenmiştir.



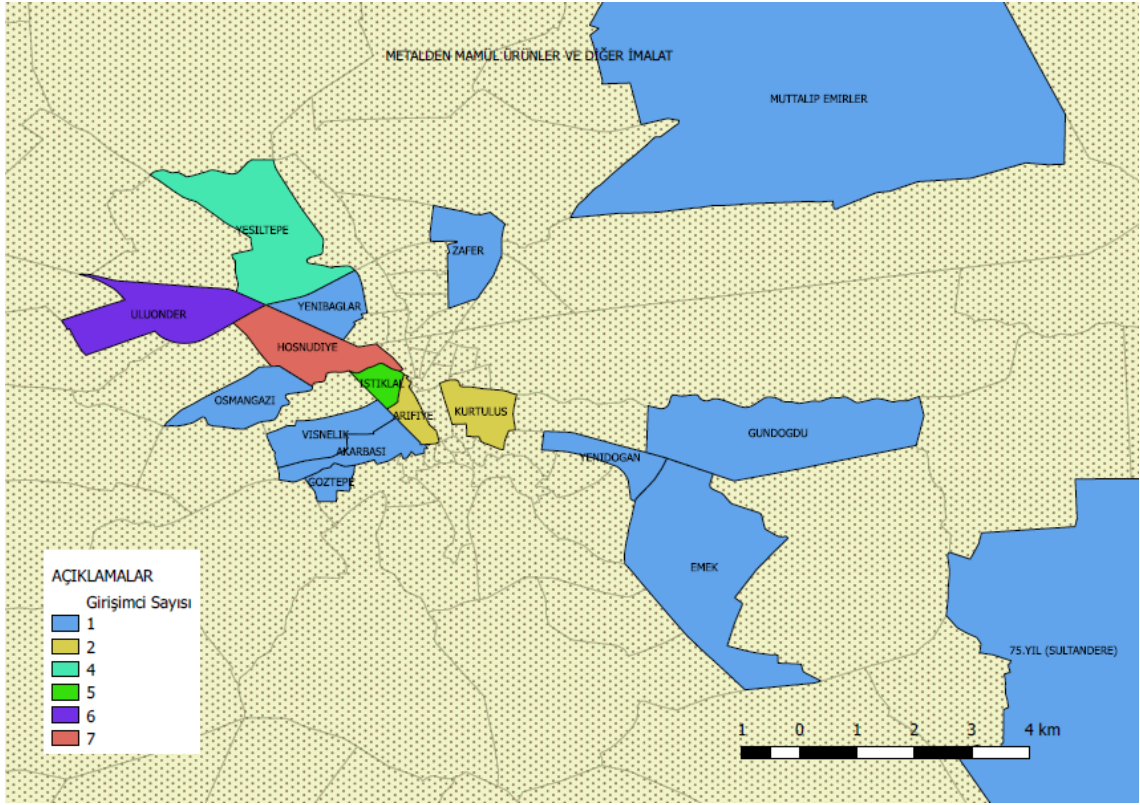
Şekil 4.18. Madencilik Sektörü

Kadın girişimciler tarafından en az tercih edilen sektörlerden bir diğeri madencilik sektörü olmuştur. Kadın girişimcilerin işletmelerinin, sektörün yapısal özellikleri itibarıyla şehir merkezine uzak, dış bölgelere konumlandıkları görülmüştür.



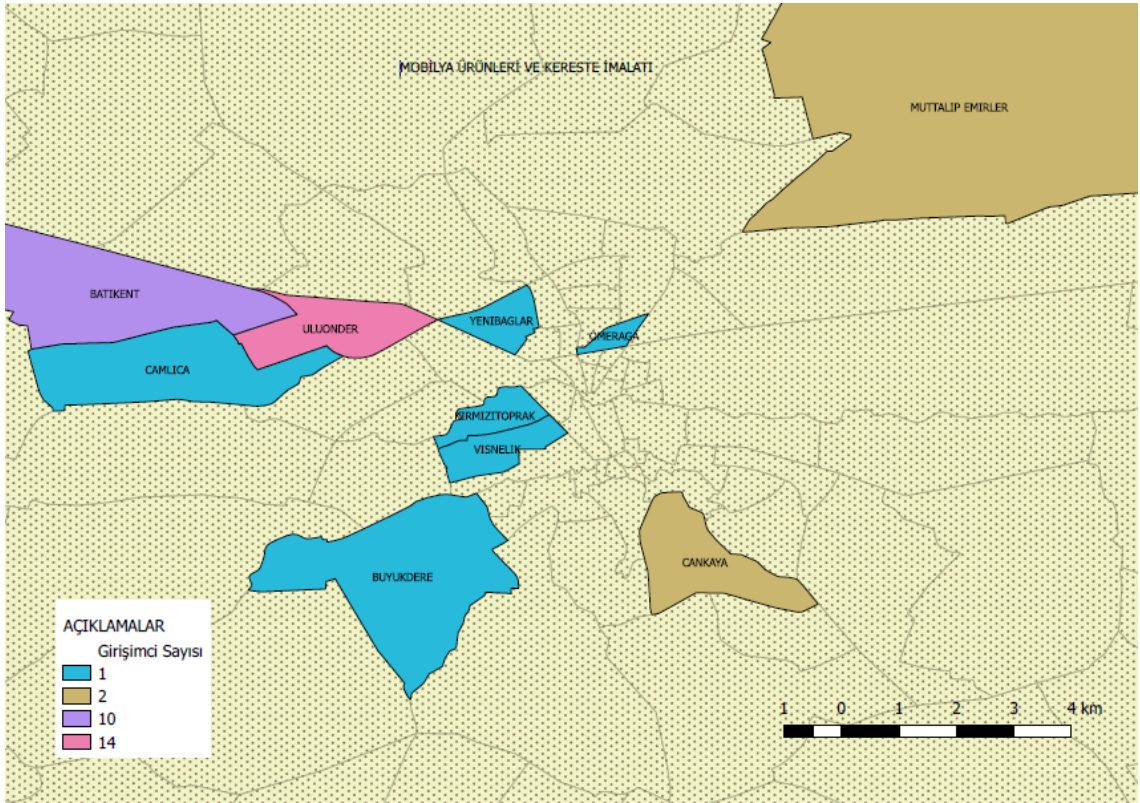
Şekil 4.19. Makine ve Yedek Parça İmalatı

Makine ve yedek parça imalatı sanayi dalı, kadın girişimciler tarafından az tercih edilen sektörlerden birisi olmuştur. İşletmelerin lokasyon olarak hem şehir merkezinde hem de merkezin dış bölgelerinde konumlandıkları görülmüştür.



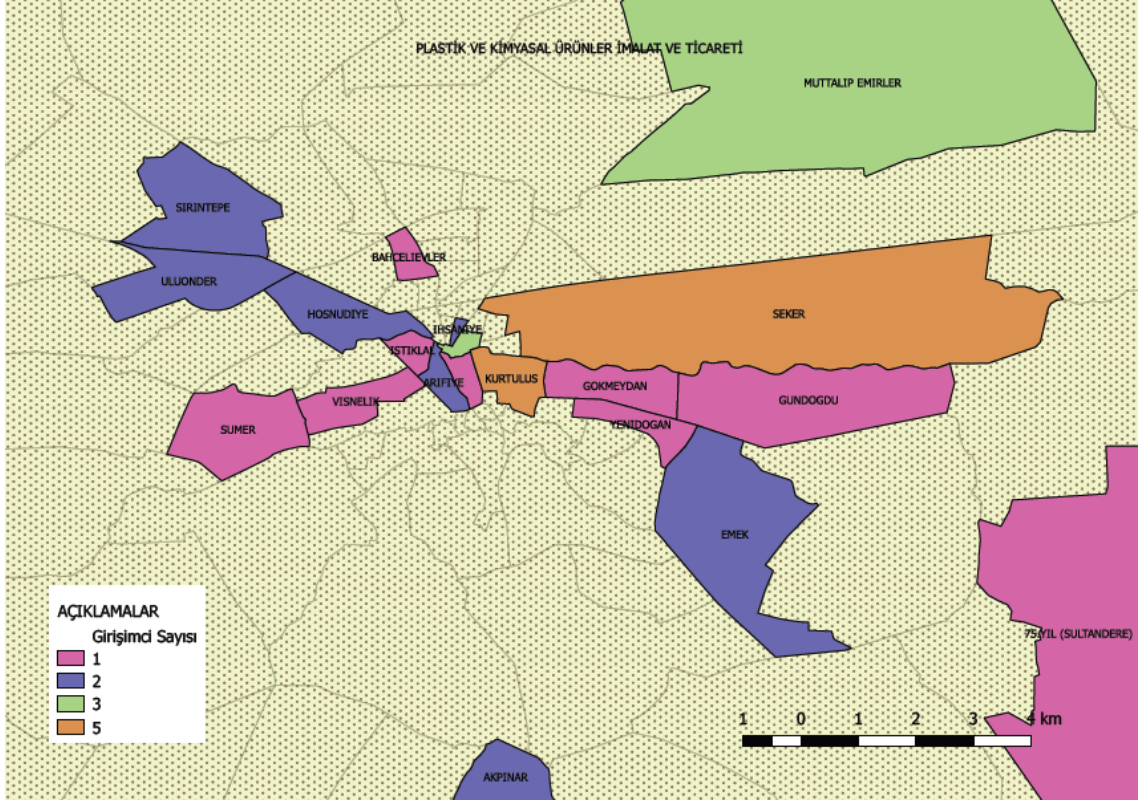
Şekil 4.20. Metalden Mamul Ürünleri İmalatı

Kadın girişimciler tarafından çok tercih edilmeyen bir diğer sektör ise metalden mamul ürünleri imalatı olmuştur. Bu sektörde de işletmelerin lokasyonlarının şehir merkezinde yoğunlaşarak şehir genelinde bir dağılım izledikleri görülmüştür.



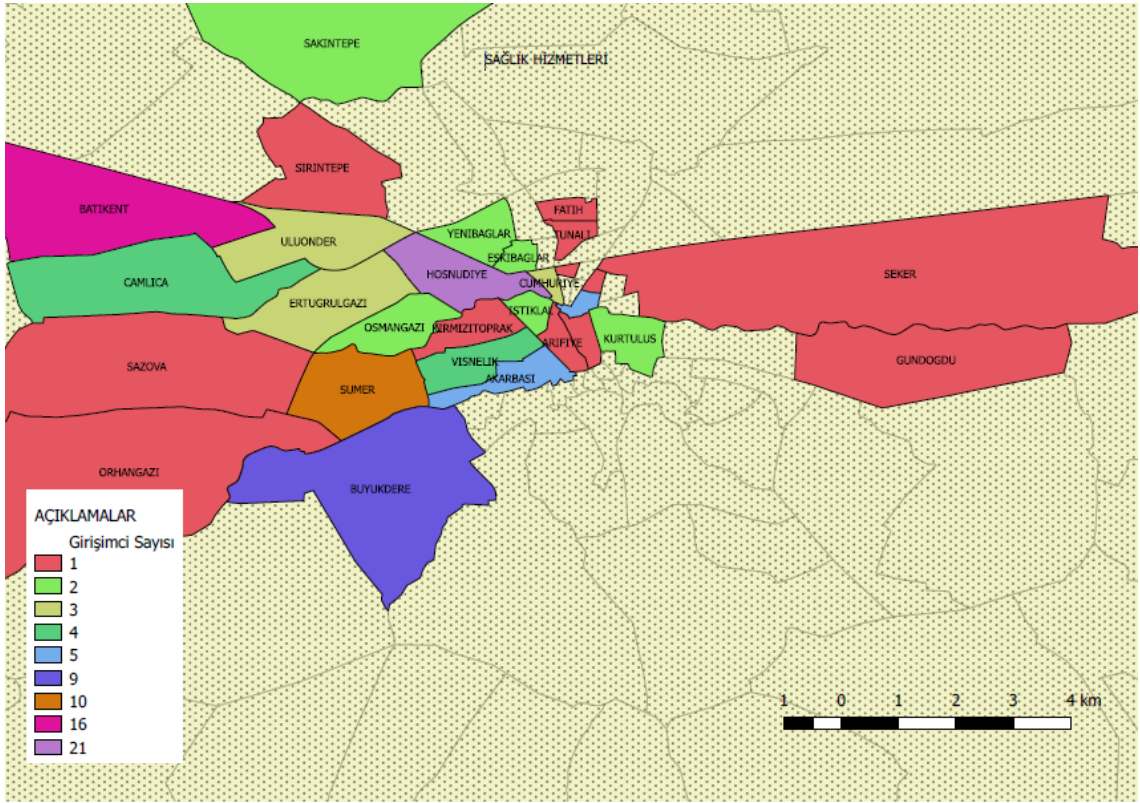
Şekil 4.21. Mobilya Ürünleri ve Kereste İmalatı

Mobilya sektöründe mobilya ürünleri ve kereste imalatı, kadın girişimciler tarafından çok fazla tercih edilmeyen sektörlerden birisi olmuştur. Bu sektörde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin lokasyonlarının ise şehir merkezinin dış bölgelerinde, Uluönder ve Batıkent mahallelerinde yoğunlaştığı görülmektedir.



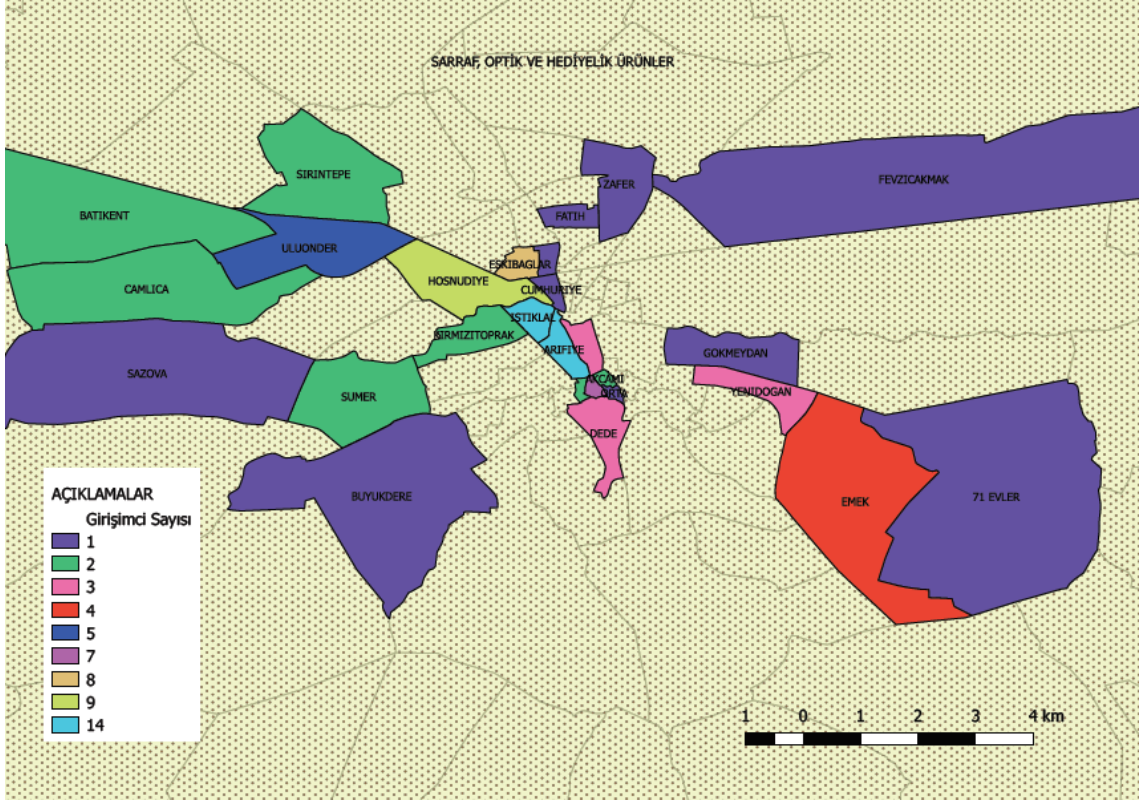
Şekil 4.22. Plastik ve Kimyasal Ürünler İmalatı ve Ticareti

Plastik ve kimyasal ürünler imalatı ve ticareti de kadın girişimciler tarafından çok tercih edilmeyen sektörden olmuştur. Bu sektörde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin lokasyonlarının ise şehir merkezinin dış bölgelerinde, Şeker ve Kurtuluş mahallelerinde yoğunlaştığı görülmektedir.



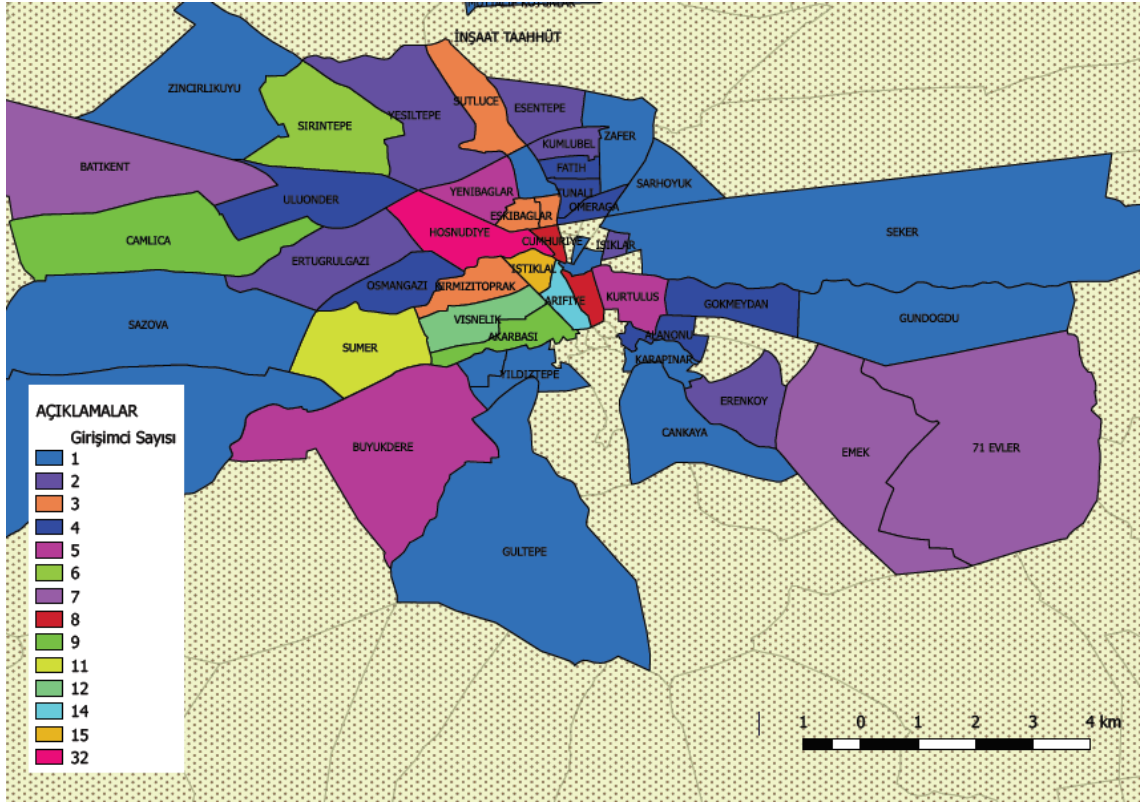
Şekil 4.23. Sağlık Hizmetleri Sektörü

Şekil 4.23.'te görüldüğü üzere sağlık hizmetleri sektörü kadın girişimciler tarafından yoğun olarak tercih edilen faaliyet alanlarından olmuştur. Bu alanda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin konumsal olarak Hoşnudiye, Batıkent ve Sümer mahallelerinde yoğunlaştıkları görülmektedir.



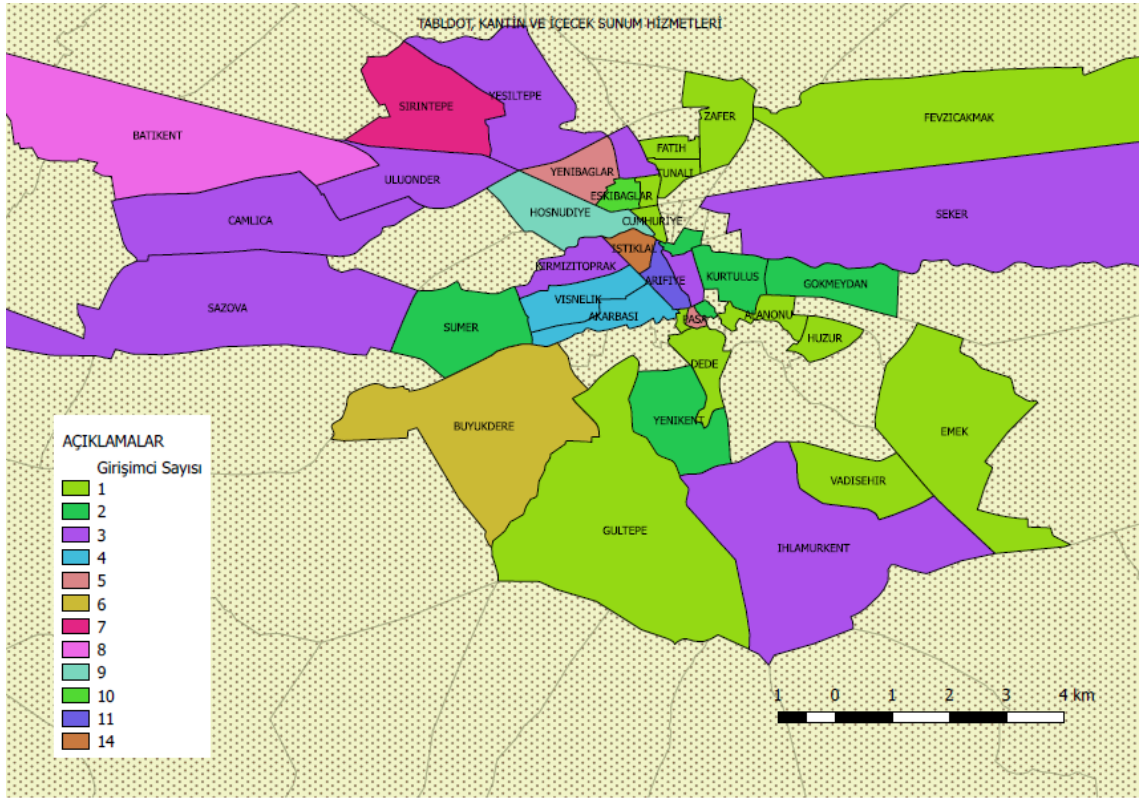
Şekil 4.24. Sarraf, Optik ve Hediyeelik Ürünler Ticareti

Sarraf, optik ve hediyeelik ürünler ticareti alanlarında faaliyet gösteren kadın girişimcilerin sayısının azımsanmayacak ölçüde olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin işletmelerinin konumlarının Arifiye, İstiklal, Hoşnudiye ve Eski Bağlar bölgelerinde yoğunlaştıkları görülmüştür.



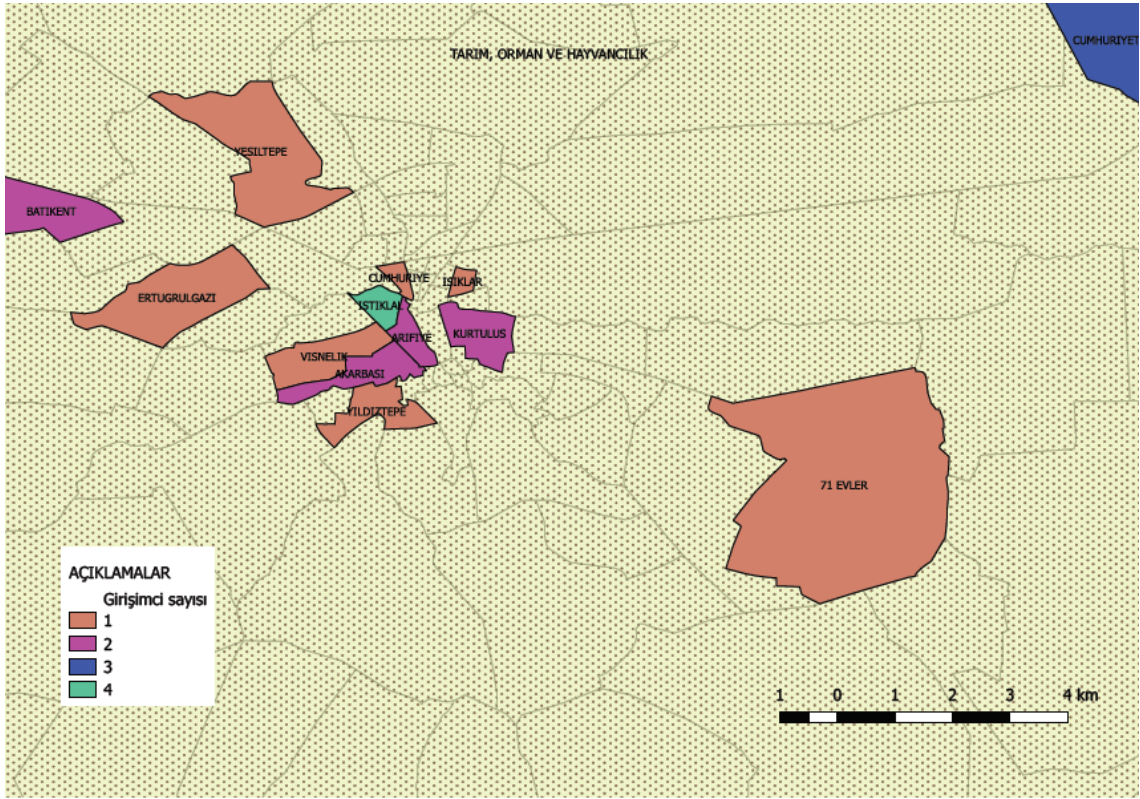
Şekil 4.25. Taahhütlü İnşaat İşleri

Eskişehir’deki inşaat sektöründe kadın girişimciler beklenenin ötesinde bir katılım göstererek inşaat sektörünü yoğun tercih edilen sektörler arasında listelemeyi başarmışlardır. Bu durumun oluşmasında inşaat firmalarının genellikle aile şirketi yapısında olması ve kadın girişimcilerin bu şirket/şirketlerde ortak konumunda olması sebep olarak gösterilebilir.



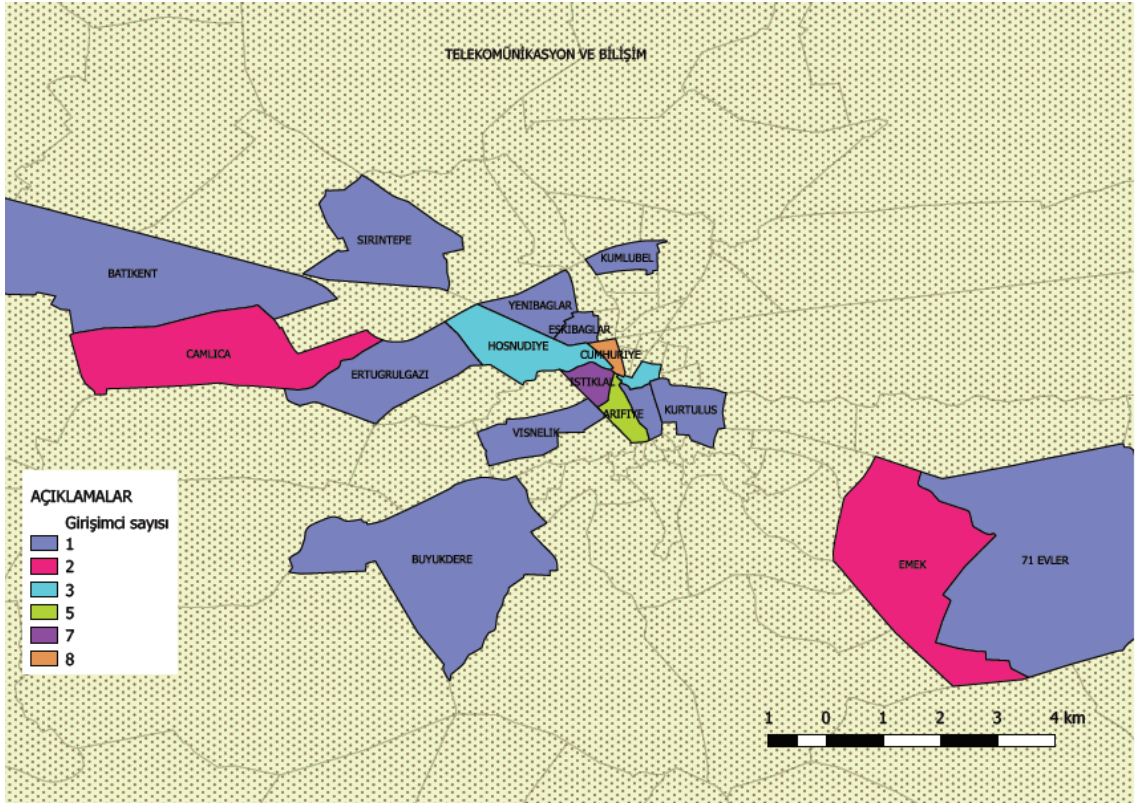
Şekil 4.26. Tabldot, Kantin ve Hazır Yemek

Tabldot, kantin hizmetleri ve hazır yemek sektörü şekil 4.25.'te görüldüğü üzere kadın girişimciler tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir. İşletmelerin lokasyonları bazında incelendiğinde şehir merkezinde yoğunlaşmalarına rağmen şehir geneline yayılmış bir dağılım izledikleri görülmektedir.



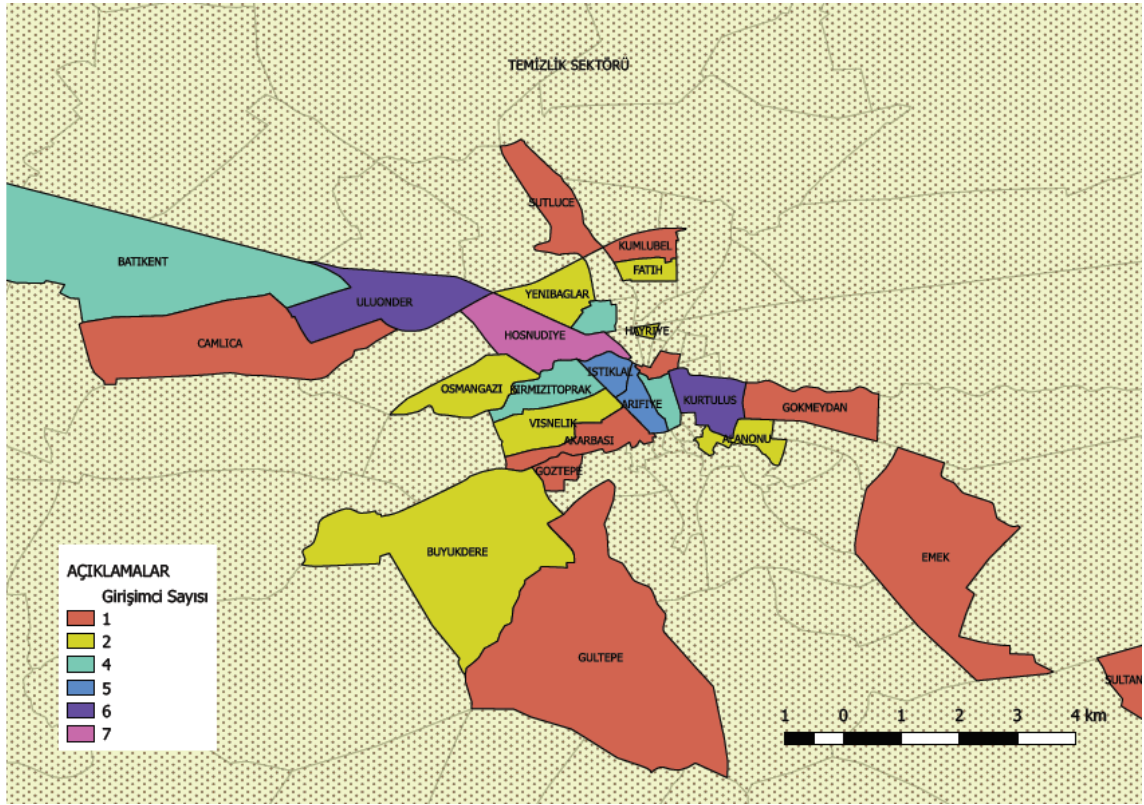
Şekil 4.27. Tarım, Orman ve Hayvancılık

Tarım, orman ve hayvancılık sektörü kadın girişimciler tarafından en az tercih edilen sektörlerden olmuştur. Konumsal olarak incelendiğinde işletmelerin şehir merkezinin dış bölgelerinde konumlandıkları görülmektedir.



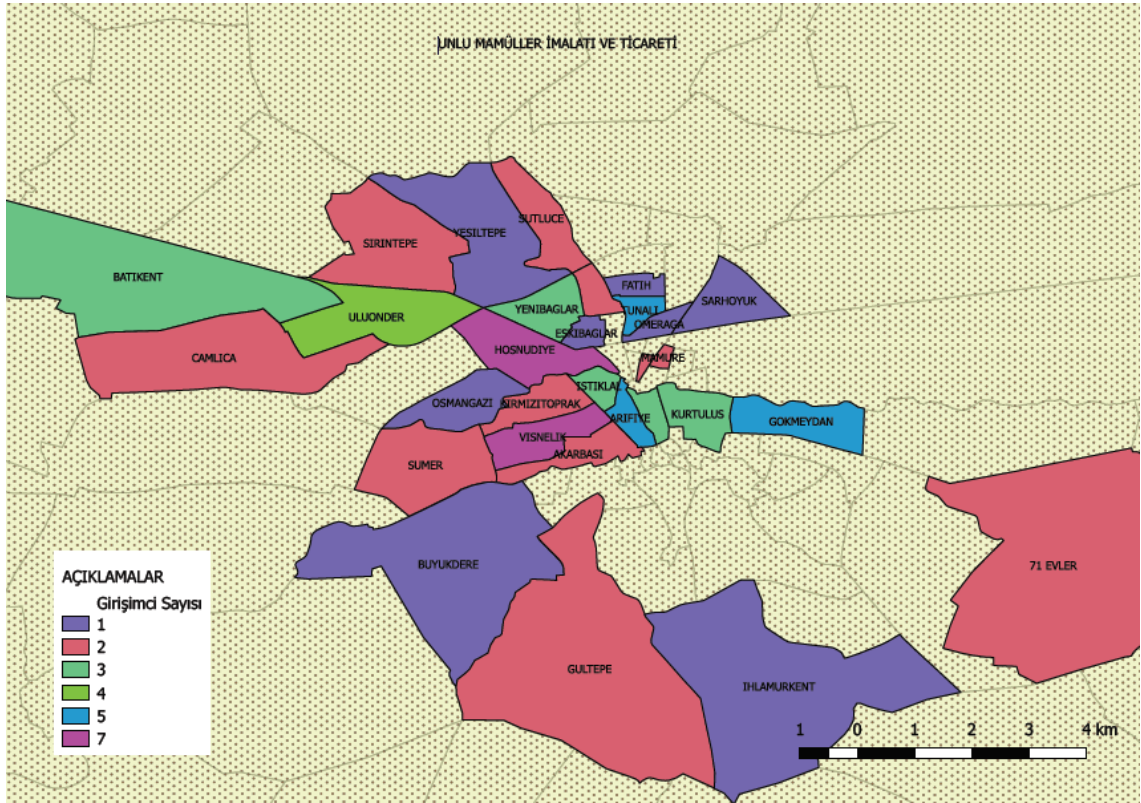
Şekil 4.28. Telekomünikasyon ve Bilişim Sektörü

Telekomünikasyon ve bilişim sektörleri kadın girişimciler tarafından çok yoğun olarak tercih edilmese de azımsanmayacak ölçüde kadın girişimcinin bu sektörlerde faaliyet gösterdiği görülmüştür. Kadın girişimcilerin işletmelerinin Cumhuriye, İstiklal ve Arifiye mahallelerinde yoğun olarak konumlandığı görülmüştür.



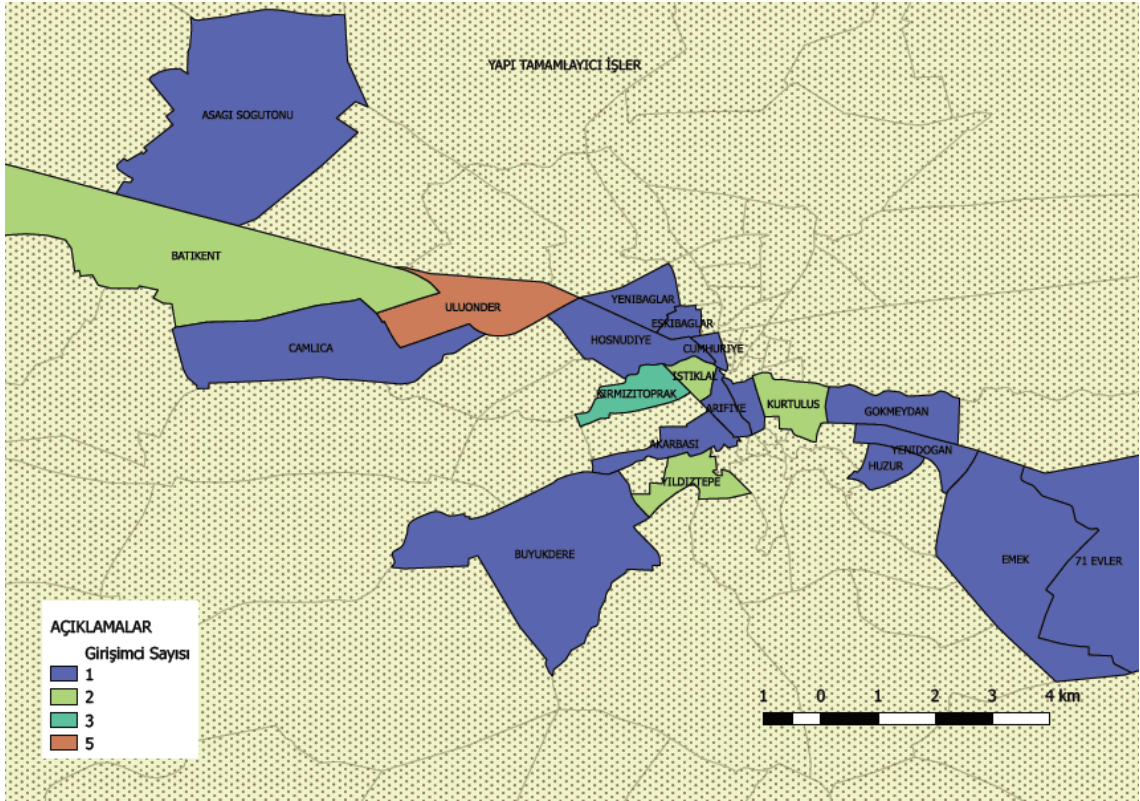
Şekil 4.29. Temizlik Sektörü

Şekil 4.28.'de görüldüğü üzere temizlik sektörü de telekomünikasyon ve bilişim sektörleri gibi Eskişehirli kadın girişimciler tarafında çok yoğun olarak tercih edilmemiştir. Bu alanda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin ise Hoşnudiye, Uluönder ve Kurtuluş bölgelerinde konumlandıkları görülmüştür.



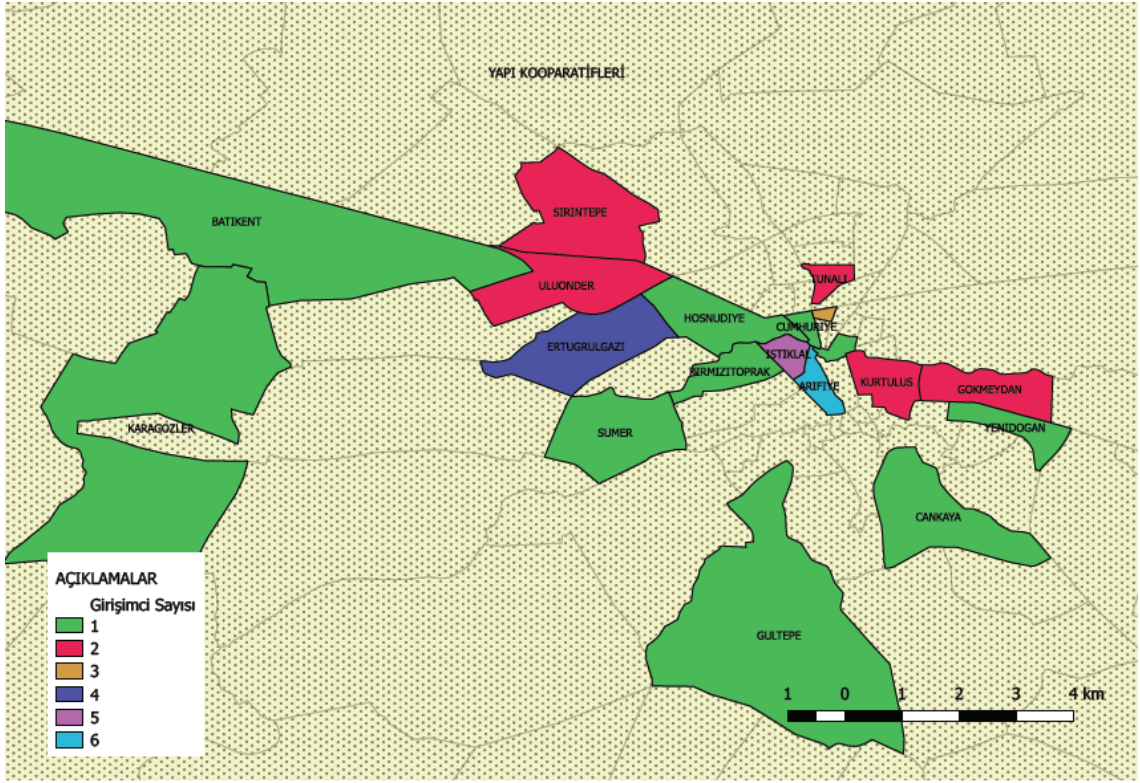
Şekil 4.30. Unlu Mamuller İmalatı ve Ticareti

Unlu mamuller imalatı ve ticareti alanında faaliyet gösteren kadın girişimcilerin sayıları da azımsanmayacak ölçüdedir. Kadın girişimcilerin faaliyetlerini sürdürdükleri işletmeleri ise konumsal olarak şehir geneline yayılmış bir dağılım izlemektedir.



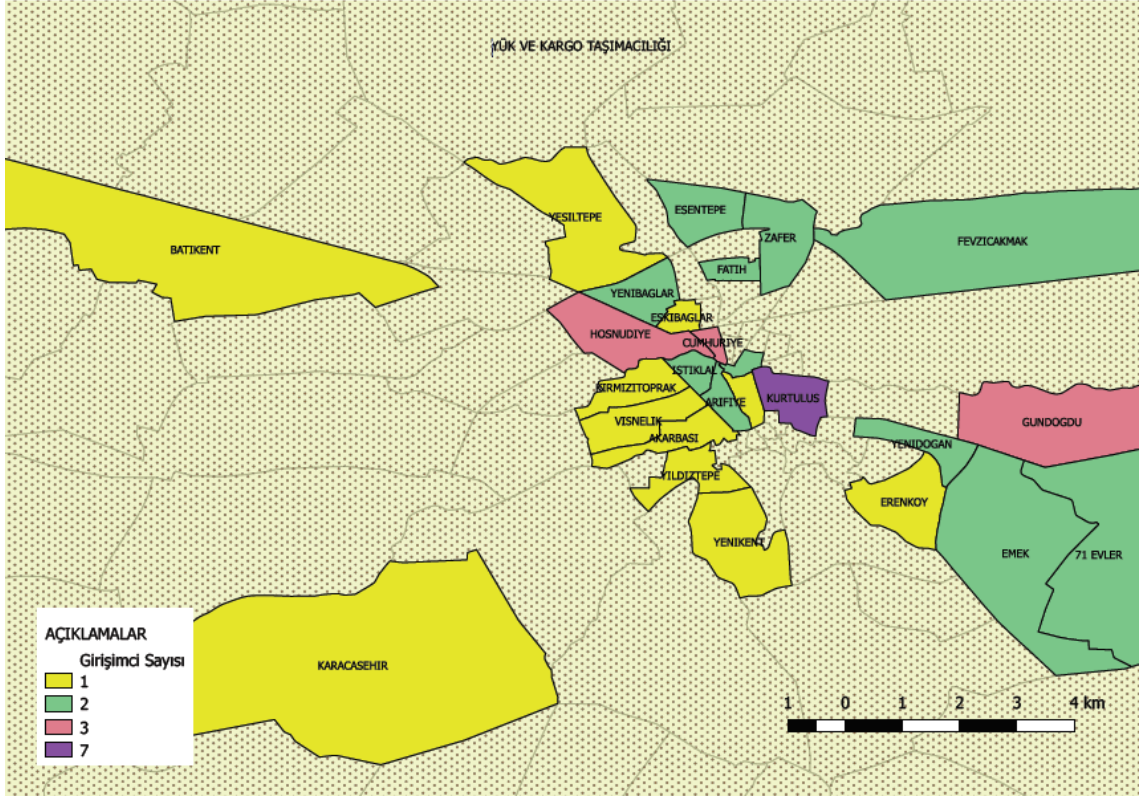
Şekil 4.31. Yapi Tamamlayıcı İşler ve Malzemeleri Ticareti

Yapı tamamlayıcı işler ve yapı tamamlayıcı malzemelerin ticareti kadın girişimcilerin ekonomik faaliyetleri için oldukça az tercih ettikleri sektörlerden olmuştur. Bu alanda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin lokasyonları Uluönder ve Kırmızıtoprak bölgelerinde yoğunlaşmıştır.



Şekil 4.32. Yapi Kooperatifi İşletmeleri

Yapı kooperatifi işletmeleri alanında faaliyet gösteren kadın girişimcilerin bu alanı azımsanmayacak ölçüde tercih ettikleri görülmüştür. Bu alanda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin işletmelerinin yoğun olarak Arifiye ve İstiklal mahallelerinde konumlandıkları görülmüştür.



Şekil 4.33. Yük ve Kargo Taşımacılığı Sektörü

Aynı yapı kooperatifleri işletmeciliğinde olduğu gibi yük ve kargo taşımacılığı sektöründe de kadın girişimcilerin beklenenden daha fazla faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir. Yoğun olarak Kurtuluş, Hoşnudiye ve Cumhuriye mahallerinde konumlanan işletmelerin, şehir genelinde bir dağılım izledikleri belirlenmiştir.

SONUÇ

Günden güne gelişen, değişen ve yatırım hacmi artan girişimcilik ekosistemi ülkelerin sosyoekonomik kalkınmalarında kilit rol oynamaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de küresel piyasaları takip etmekte ve küresel alanda kendine daha güçlü bir yer edinmeye çalışmaktadır. Bu makroekonomik sistemde kadın girişimciliği, sürdürülebilir büyüme ve kalkınmanın sağlanmasında önemli bir yere sahiptir. Kadın girişimcilerin bu sisteme dâhil olarak faaliyetlerde bulunmalarının sonucunda ekonomik açıdan istihdam artışı ve katma değer üretimi sağlanırken, sosyal açıdan kadının toplumdaki statüsü de gelişmektedir.

2018 verilerine göre Türkiye’de nüfusun %49.8’ini kadınlar oluşturmaktadır. Ülkedeki erkek nüfusuna neredeyse eşit olan kadın nüfusu, istatistiklerle incelendiğinde gerek istihdam gerekse de işgücüne katılım oranlarında erkek nüfusunun ulaştığı oranların neredeyse yarısına ulaşabilmiştir. Bununla birlikte Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü’nün (OECD) 2018’de yayınladığı rapora göre topluluğa üye ülkeler arasında kadınların iş gücüne katılım oranı en düşük olan ülke %33.6 ile Türkiye olmuştur. Bu durum ülkede atıl durumda kalan büyük bir potansiyelin varlığına işaret etmektedir. O yüzden sanayi devrimini henüz tamamlamamış, gelişmekte olan ülkeler sınıfına giren ülkemizde kadın girişimciliği makroekonomik seviyede istihdam yaratılmasında, sermaye oluşumunda ve sosyokültürel gelişimin sağlanmasında kilit bir olgudur.

Kadın girişimciliğini anlamak, geliştirmek ve teşvik etmek adına dünyada ve ülkemizde birçok çalışma yapılmıştır. Literatüre tarihsel açıdan bakıldığında kadın girişimciliğinin 1990’lı yıllardan itibaren oldukça popüler bir araştırma konusu olduğu görülmektedir. Ülkemizde de bu konuda oldukça faydalı ve özgün çalışmaların yapılmasına rağmen istatistiksel veriler itibariyle kadın girişimciliğinin hala arzu edilen konumda olmadığı da bilinen bir gerçektir.

Kadın girişimciliğini sosyoekonomik anlamda hak ettiği konuma getirebilmek ve potansiyel kadın girişimcilerin atıl durumda olan makroekonomik faydalarından yararlanabilmek bu çalışmanın ana motivasyonunu oluşturmuştur.

CBS uygulaması ile haritalandırma metodu kullanımı sonucunda, Eskişehir ili Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçelerinde 33 adet farklı sektörde faaliyet gösteren kadın

girişimcilerin sektörlere itibariyle sayıları ve faaliyet alanları haritalandırılmıştır. Bu uygulama sonucu elde edilen bulgular, literatürde incelenen kadın girişimciliğinin karakteristik özellikleri ile büyük çoğunlukla uyumaktadır. Metodoloji bölümündeki görseller aracılığıyla da görülebileceği gibi, kadın girişimcilerin en çok tercih ettikleri sektörler; bankacılık ve sigorta hizmetleri, eğitim ve rehabilitasyon hizmetleri, gelinlik ve mefruşat ticareti, perakende gıda ticareti, kırtasiye yazılım matbaa ve fotoğrafçılık alanları, konaklama hizmetleri, konfeksiyon ve deri ürünleri imalat ve ticareti, sağlık hizmetleri, hazır yemek sektörü ve taahhütlü inşaat işleri olmuştur. Literatürde cinsiyet rolü stereotipleri üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde kadınların besleyip büyütme görevlerinden kaynaklı olarak daha duygusal ve sosyal çevresine daha duyarlı olarak nitelendirildikleri görülmüştür. Bu bağlamda ele alınan birçok sektör genel olarak maskülen iş alanları, yani erkeklerin daha baskın olduğu ve toplumun erkeklerin yapması gerektiğini düşündüğü sektörlerdir. Çalışmada kadınların yoğun olarak tercih ettikleri sektörler arasında bu durumla çelişen tek sektör taahhütlü inşaat işleri olmuştur. Bununla ilgili olarak ileride bu sektördeki kadın girişimcilerin faaliyetlerini konu alan daha ayrıntılı bir çalışma yapılarak bu durum aydınlatılabilir. Diğer yandan bu durumun çalışmanın sınırlılıkları ile ilgili olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuca varmamızdaki en büyük etken ele alınan diğer sektörlerin kadın girişimciler açısından tercih edilme durumlarıdır. Akaryakıt ve LPG ticareti, toptan gıda ticareti, doğalgaz kurulum ve ticareti, hafriyat ve tesisat hizmetleri ve madencilik ve mahrukat sektörü kadın girişimciler tarafından en az tercih edilen sektörlerden olmuşlardır. Enerji, otomasyon ve servis hizmetleri, hayvansal ürünler imalatı ve ticareti, hırdavat ürünleri ve el aletleri ticareti, makine ve yedek parça imalatı, metalden mamul ürün imalatı, mobilya ürünleri ve kereste imalatı, plastik ve kimyasal ürünler imalatı, tarım ve orman ürünleri imalatı ve ticareti gibi sektörler ise kadın girişimciler tarafından ekonomik faaliyetleri için az tercih edilen sektörlerden ve ticaret alanlarından olmuşlardır. Dış ticaret, danışmanlık, müşavirlik ve kiralama hizmetleri, inşaat malzemeleri ticareti, kültür, sanat ve eğlence hizmetleri, sarraflık, optik ve hediyelik sektörü, telekomünikasyon hizmetleri, yapı kooperatifi işletmeciliği ve yük ve kargo taşımacılığı ise kadın girişimciler tarafından hiçte azımsanmayacak ölçüde tercih edilen sektörlerden olmuşlardır.

Çalışmanın sonuçları arasında dikkat çeken bir diğer önemli husus ise kadın girişimcilerin işletmelerinin büyük çoğunluğunun mikro ölçekli işletmeler olmasıdır.

Bununla birlikte ağır sanayi ürünleri üretim alanlarında kadın girişimcilerin faaliyetlerinin minimum seviyede olduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: definition and boundaries. *technology Inovation Management Review*, 2 (2), 22-27.
- Ahl, H. ve Nelson, T. (2015). How policy positions women entrepreneurs: A comparative analysis of state discourse in Sweden and the United States. *Journal of Business Venturing*, 30 (2), 273-291.
- Akbaş, G. ve Korkmaz, L. (2017). Kadın yöneticiler: Görünmez engellerin gölgesinde yükselme çabası. *İş ve İnsan Dergisi*, 4 (2), 73-86.
- Alparslan, A., M. ve Özmen, M. (2017). Kişisel değerlerin girişimcilik eğilimine etkisi: Demografik özelliklerin rolü. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 958-976.
- Apergis, N. ve Pekka-Economou, V. (2010). Incentives and female entrepreneurial activity: Evidence from panel firm level data. *International Advances in Economic Research*, 16 (4), 371-387.
- Arıkan, C. (2016). Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14 (3), 138-156.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel süreçte girişimcilik kavramı ve gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 55-72.
- Ay, Ü. ve Koca A. İ. (2013). Kadın girişimci tipleri ve bunların gösterdiği özellikler. E. Kaygın ve B. Güven (Eds). *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik* içinde (s. 65-77). İstanbul: Veritas Akademi.
- Aydemir, C. ve Güneş, H. H. (2006). Merkantilizmin ortaya çıkışı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (15), 136-158.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı: (15), 139-160.
- Bakırtaş, H. ve Tekinşen, A. (2006). E-Ticaretin girişimcilik üzerindeki etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 125-138.

- Baycan, T. L., Masurel, E. ve Nijkamp, P. (2003). Diversity in entrepreneurship: ethnic and female roles in urban economic life. *International Journal of Social Economics*, 30 (11), 1131-1161.
- Bedük, A. (2005). Türkiye’de çalışan kadın ve kadın girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 3 (12), 106-117.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1 (2), 93-111.
- Brush, C., Ali, A., Kelley, D. ve Greene, P. (2017). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more? *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 105-113.
- Burrough, P. A. (1998). *Principles of Geographical Information Systems*. New York: Oxford University Press’den aktaran V. Tecim (2008). Coğrafi Bilgi Sistemleri: Harita Tabanlı Bilgi Yönetimi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, s.51.
- Buttner, E. H. ve Rosen, B. (1989). Funding new business ventures: Are decision makers biased against women entrepreneurs? *Journal of Business Venturing*, 4 (4), 249-261.
- Can, Y. ve Karataş, A. (2007). Yerel ekonomilerde kalkınmanın itici gücü olarak kadın girişimcilerin rolü ve mikro finansman: Muğla ili örneği. *Selçuk Üniversitesi Karamana İ.İ.B.F. Dergisi*, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, 251-261.
- Carter, N. M. ve Allen, K. R. (1997). Size determinants of women-owned businesses: choice or barriers to resources? *An International Journal*, 9 (3), 211-220.
- Celepli, M. (2011). *Kent ekonomisinde kadın girişimciliğinin yeri ve rolü üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi.
- Ceylan, A. ve Demircan, N. (2002). Girişimcileri başarı, güç ve yakın ilişki ihtiyaçlarının kişilik özellikleriyle ilişkisi üzerine Düzce bölgesindeki KOBİ’lerde yapılan bir araştırma. *21. Yüzyılda KOBİ’ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri*, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti: Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme Fakültesi.
- Coleman, S. (2002). Constraints faced by women small business owners: Evidence from the data. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7 (2), 151-174.

- Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M. (2001). Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin Nevşehir ilinde bir araştırma. *1. Orta Anadolu Kongresi*. Nevşehir, s.487-498.
- Dinçyılmaz, A. (2009). Altyapı Bilgi Sistemlerinde Mobil CBS Uygulamaları: İSKİ Altyapı Bilgi Sistemi (İSKABİS) Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Dulum, S. (2006). Osmanlı Devleti'nde Kadının Statüsü, Eğitimi ve Çalışma Hayatı. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Durukan, T. (2006). Düünden bugüne girişimcilik ve 21. yüzyılda girişimciliğin önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1 (2), 25-37.
- Dzisi, S. (2008). *Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises(SMEs) in Ghana*. Faculty of Business and Enterprise, Swinburne University of Technology Doctorate Thesis, Victoria, Australia.
- Ecevit, Y. (1993). *Kadın girişimciliğinin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi*. Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar. Ankara:T.C. Devlet Bakanlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Yayın No:74.
- Er, P. H. (2012). *Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadî Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yayın Yeri: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdun, Ş. (2011). *Kadın Girişimcileri Risk Alma Eğilimi ve Kendine Güven Özellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Zonguldak: Karaelmas Üniversitesisi.
- Eroğlu, F., Çoban, H. ve Koç, M. (2015). Toplumsal kalkınma ve kadın girişimciliği üzerine bir araştırma. International Conference on Eurasian Economies, Session 7C, 534-543.
- Ertoğral, O. (2019). Beşeri Coğrafya Konularının Öğretiminde Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Kullanımına Yönelik Örnek Uygulamalar. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Estrin, S. ve Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 37, 397-415.

- Field, E., Jayachandran, S. ve Pande, R. (2010). Do traditional institutions constrain female entrepreneurship? A Field experiment on business training in India. *The American Economic Review*, 100 (2), 125-129.
- Güleç, S. (2011). *Kadın girişimciliği: Karaman örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Goyal, M. ve Parkash, J. (2011). Women entrepreneurship in India – Problems and prospects. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 1 (5), 195-207.
- Göküş, M., Özdemiray S. M. ve Göksel, Z. S. (2013). Bölgesel kalkınmada kadın girişimciliğinin önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, 87-97.
- Gümüšoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 97-116.
- Itani, H., Sidani, Y. ve Baalbaki, I. (2011). United Arab Emirates female entrepreneurs: Motivations and frustrations. *Equility, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 30 (5), 409-424.
- İplik, Esengül. (2012). *Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği*. Doktora tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kalnins, A. ve Williams, M. (2014). When do female-owned businesses out-survive male-owned businesses? A disaggregated approach by industry and geography. *Journal of Business Venturing*, 29 (6), 822-835.
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9 (1), 71-94.
- Kurt, M., Ağca, V. ve Erdoğan, S. (2006). Afyonkarahisar ili girişimcilik performansının coğrafi bilgi sistemleri ile analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 8 (2), 97-114.
- Küçük, O. (2015). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Lewis, P. (2006). The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine form of entrepreneurship. *Genden Work and Organization*, 13 (5), 453-469.
- Marangoz, M. (2018). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Marangoz, M. (2011). Girişimciler için sınırsız ticaret: E-ticaret. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (1), 181-201.

- Marlow, S., Carter, S. ve Shaw, E. (2008). Constructing female entrepreneurship policy in the UK: Is the US a relevant benchmark? *Environment and Planning C: Government and Policy*, 26, 335-351.
- McIntosh, J. C. ve Islam, S. (2010). Beyond the veil: The Influence of Islam on female entrepreneurship in a conservative muslim context. *International Management Review*, 6 (1), 103-109.
- Memiş, H., Paksoy, H. M. ve Paksoy, S. (2007). Bölgesel kalkınmada kadın girişimciliğinin önemi: GAP bölgesinde bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2 (2), 137-152.
- Minniti, M. (2010). Female entrepreneurship and economic activity. *The European Journal of Development Research*, 22 (3), 294-312.
- Morçin, M. (2013). Türk kültüründe kadın girişimciliği: Kavramsal bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (2), 167-190.
- Mueller, S. ve Dato – on, M. C. (2008). Gender-Role Orientation as a Determinant of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 13 (1), 3-20.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Kılıç, T. (2007). Cam tavan sendromu ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmelerindeki engeller: Balıkesir ili örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2), 117-135.
- Özdemir, A. A. (2010). Potansiyel girişimci olan kadınların motivasyon faktörleri ve Eskişehir’de bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10 (1), 117-139.
- Öztopcu, A. (2016). İktisadi düşüncede yenilikçilik ve ekonomik kalkınmadaki yeri. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*. 58, 367-379.
- Özyılmaz, A. M. (2016). Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir: T.C. Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Patterson, N ve Mavin, S. (2009). Women entrepreneurs: Jumping the corporate ship and gaining new wings. *International Small Business Journal*, 27 (2), 173-192.
- Priscilla Goby, V. ve Eroğul, M. S. (2011). Female entrepreneurship in the United Arab Emirates: Legislative encouragements and cultural constraints. *Women’s Studies International Forum*, 34 (4), 329-334.

- Rey-Marti, A., Porcar, A. T. ve Mas-Tur, A. (2015). Linking female entrepreneurs' motivation to business survival. *Journal of Business Research*, 68 (4), 810-814.
- Robb, A. M. ve Watson, J. (2012). Gender differences in firm performance: Evidence from new ventures in the United States. *Journal of Business Venturing*. No:27, 544-558.
- Sallan Gül, S. ve Altındal, Y. (2016). Türkiye’de kadın girişimciliğinin serüveni: Başarı mümkün mü? *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21 (4), 1361-1377.
- Sarri, K. ve Trihopoulou, A. (2005). Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation. *Women in Management Review*, 20 (1), 24-36.
- Sexton, D. L. Ve Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5 (1), 29-36.
- Soyak, M. (2010). Kadın girişimciliği ve mikrofinans: Türkiye deneyimi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 129-144.
- Soysal, A. (2010). Türkiye’de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65 (01), 83-114.
- Şahin, E. (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tan, J. (2007). Breaking the “Bamboo Curtain” and the “Glass Ceiling”: The experience of women entrepreneurs in high-Tech industries in an emerging market. *Journal of Business Ethics*, 80 (3), 547-564.
- Tecim, V. (1999). Bilgi teknolojilerinde yeni bir gelişme: Coğrafi bilgi sistemleri ve bilgi sistemleri arasındaki yeri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 1-12.
- Tecim, V. (2008). *Coğrafi bilgi sistemleri: Harita tabanlı bilgi yönetimi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Türe, T. (2018). Web Ortamında Coğrafi Bilgi Sistemleri Uygulamaları ile Yerel Yönetimlerdeki Hizmet Kalitesinin Arttırılması. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Ulucan, S. (2015). Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. Yayın Yeri: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ürper, Y. (2010). Girişimcilik Kavramı Çeşitleri ve Girişimcilikte Etik. Y.ÜRper vd. *Girişimcilik ve İş Kurma* içinde s. (3-21). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Wirth, L. (2001). Breaking through the glass ceiling: Women in management. Geneva: International Labour Office.
- Xavier, S. R., Ahmad, S. Z., Mohd Nor, L. ve Yusuf, M. (2012). Women entrepreneurs: Making a change from employment to small and medium business ownership. *Procedie Economics And Finance*, 4, 321-334.
- Yetim, N. (2002). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2 (2), 79-92.
- Yılmaz, İ. ve Mayatürk, E. (2008). Kadın girişimciliği ve Türkiye'deki ve Kırgızistan'daki kadın girişimciliği üzerine bir uygulama. 2. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi s.110-118.
- Yüzüak, E. (2010). Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- http-1:** https://china.usembassy-china.org.cn/wpcontent/uploads/sites/252/2016/12/principles_of_entrepreneurship_.pdf (Erişim Tarihi: 12.02.2019)
- http-2:** <https://history.house.gov/Exhibitions-and-Publications/WIC/Historical-Essays/No-Lady/Womens-Rights/> (Erişim Tarihi: 09.04.2019)
- http-3:** <https://news.crunchbase.com/news/announcing-2017-update-crunchbase-women-venture-report/> (Erişim Tarihi: 19.04.2019)
- http-4:** <https://www.entrepreneur.com/article/245628> (Erişim Tarihi: 08.02.2019)
- http-5:** <https://tr.euronews.com/2019/03/08/oecd-de-kadinlarin-is-gucune-katilim-oraninin-en-dusuk-oldugu-ulke-turkiye> (Erişim Tarihi:19.04.2019)

http-6:

https://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/6775/12/12_chapter%201.pdf

(Erişim Tarihi: 23.04.2019)

http-7: <https://ailevecalisma.gov.tr/ksgm/> (Erişim Tarihi: 18.05.2019)

http-8: https://tr.wikipedia.org/wiki/Toplumsal_statu (Erişim Tarihi: 20.05.2019)

http-9: <https://erasmusplustalas.wordpress.com/proje-konulari/cografi-bilgi-sistemleri-cbs-nedir/> (Erişim Tarihi: 29.05.2019)

http-10: <http://www.cbsdogalafetler.com/Cbs.html> (Erişim Tarihi: 29.05.2019)