



**T.C.
HİTİT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**HİZMET ÜRETİMİNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN
YERİ VE ÇORUM İLİ ÜZERİNDE BİR
DEĞERLENDİRME**

Yüksek Lisans Tezi

ŞÜKRAN AYÇA ŞENÖZ

Çorum 2018

HİZMET ÜRETİMİNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN YERİ VE ÇORUM İLİ ÜZERİNDE BİR DEĞERLENDİRME

ŞÜKRAN AYÇA ŞENÖZ

**Sosyal Bilimleri Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı**

Yüksek Lisans Tezi

**TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğr. Üyesi Hülya Çağırır Kendirli**

ÇORUM-2018

KABUL VE ONAY

Şükran Ayça ŞENÖZ tarafından hazırlanan *Hizmet Üretiminde Kadın Girişimciliğinin Yeri Ve Çorum İli Üzerinde Bir Değerlendirme* başlıklı bu çalışma, 21.12./2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği / oyçokluğu ile başarılı bulunarak yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Selçuk KENDİRLİ
(Başkan)

Dr. Öğr. Üyesi Faruk DAYI

Dr. Öğr. Üyesi Halide GAGIRAN
KENDİRLİ (TEZ DANIŞMANI)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Mehmet EVKURAN
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü
Enstitü Müdürü

T.C.
HİTİT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yaptığımı beyan ederim. (21/12/2018)

İmzası

.....

Şükran Ayça ŞENÖZ

ÖZET

ŞENÖZ, Şükran Ayça. *Hizmet Üretiminde Kadın Girişimciliğinin yeri ve Çorum İli Üzerinde Bir Değerlendirme*, Yüksek Lisans Tezi, Çorum, 2018.

Günümüzde sosyal ve endüstriyel değişimler kadının iş hayatına girmesinde önemli bir etkidir. Teknolojideki yeniliklerin günden güne artması sebebiyle bilgiye erişmenin kolaylığı eğitilmiş kadın sayısında artışa neden olmuştur. Bu anlamda girişimcilik kadınlar için daha cazip bir iş alanı hale gelmektedir.

Bu çalışmanın amacı Çorum’da faaliyet gösteren kadın girişimcilerin hem cinsiyete dayalı girişimci özelliklerinin ve niteliklerinin belirlenmesi, hem de hizmet üretimi bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında kadın girişimcileri üretim sektörüne yönlendirmek adına önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kavramlar: Girişim, Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Hizmet Üretimi

ABSTRACT

ŞENÖZ, Şükran Ayça. *The Place Of Women Entrepreneurship In Service Production and An Evaluation On The Province Of Çorum*, Master Thesis, Çorum, 2018.

Today, social and industrial changes are an important factor for women to enter the business world. Since the innovations in technology have increased day by day, the ease of access to information has led to an increase in the number of educated women. In this sense, entrepreneurship is becoming more attractive for women.

The aim of this study is to determine both the gender-based entrepreneurial characteristics and qualifications of women entrepreneurs in Çorum and to evaluate them in the context of service production. Within the scope of this aim, suggestions were made to direct women entrepreneurs to the production sector.

Keywords: Initiative, Entrepreneurship, Women's Entrepreneurship, Service production

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, değerli bilgilerini benimle paylaşan, güler yüzünü ve samimiyetini benden esirgemeyen ve gelecekteki mesleki hayatımda da bana verdiği değerli bilgilerden faydalanacağımı düşündüğüm kıymetli hocam, Dr. Öğr. Üyesi Hülya ÇAĞIRAN KENDİRLİ'ye teşekkürü bir borç bilirim. Yine çalışmamda bana sürekli yardımda bulunarak yol gösteren kıymetli hocam Prof. Dr. Selçuk KENDİRLİ'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Çalışmamda desteğini ve bana olan güvenini esirgemeyen değerli eşim Ferhat ŞENÖZ'e, biricik kızım Elif Ece ŞENÖZ'e, kıymetli arkadaşım Fatma KARSLI'ya, her zaman yanımda olan ERSÖZ ve ŞENÖZ ailelerine teşekkürü bir borç bilirim.

Bu tez çalışmasına, IBF19004.18.001 numaralı proje kapsamında vermiş oldukları destekten dolayı, Hitit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü'ne teşekkür ederiz.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ.....	1

1.BÖLÜM

1. ÜRETİM, HİZMET VE GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ	3
1.1. ÜRETİMİN VE HİZMET KAVRAMININ TANIMI VE ÖNEMİ	3
1.2. ÜRETİM SİSTEMLERİ VE ÜRETİM SİSTEMLERİNİN SINIFLANDIRILMASI	4
1.2.1. Sürekli Üretim Sistemi	4
1.2.2. Kesikli Üretim Sistemi	5
1.2.3. Proje Tipi Üretim Sistemi	6
1.3. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	6
1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ.....	9
1.5. ÜRETİM VE GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ.....	10
1.6. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ.....	11
1.6.1. Girişimcilik Amacına Göre Girişimcilik Türleri	12
1.6.1.1. Esnaf Girişimci	12
1.6.1.2. Fırsatçı Girişimci	13
1.6.2. Mülkiyet Yapısına Göre Girişimcilik Tipleri	13
1.6.3. Ekonomideki Konumuna Göre Girişimcilik Tipleri.....	13
1.6.3.1. Dinamik Girişimcilik.....	13

1.6.3.2. Olağan Girişimcilik	14
1.6.4. Girişimcinin Kişilik Özelliklerine Göre Girişimcilik Türleri	14
1.7. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	14
1.7.1. Kültür	14
1.7.2. Aile ve Sosyal Çevre	15
1.7.3. Yasal, Siyasal ve İdari Faktörler	15
1.7.4. Mali Çevre.....	15
1.7.5. Eğitim	15
1.7.6. Psikolojik Faktörler	16
1.8. CİNSİYETİN GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİSİ	16

2.BÖLÜM

2. KADIN GİRİŞİMCİLİK VE ÜRETİMDEKİ YERİ	18
2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI	18
2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ.....	20
2.3. KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ	20
2.3.1. Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler	22
2.3.2. Kadınları Girişimci Olmaya Çeken Faktörler	23
2.4. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR	23
2.4.1. Mikro Sorunlar	24
2.4.1.1. Güvensizlik.....	24
2.4.1.2. Tecrübesizlik	24
2.4.1.3. Rol Çatışması	25
2.4.1.4. Cinsiyet Ayrımcılığı	25
2.4.2. Makro Sorunlar	25
2.4.2.1. Eğitim Düzeyinin Yetersiz Olması	26
2.4.2.2. Sermaye Temini	26
2.5. ÜRETİMDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN YERİ.....	26

3.BÖLÜM

3. ÇALIŞMA ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE ÇORUM İLİNDE BİR ARAŞTIRMA	28
3.1. LİTERATÜR TARAMASI.....	28
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ.....	30
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	30
3.4. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE VARSAYIMLARI.....	31
3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	31
SONUÇ	51
KAYNAKÇA.....	55
EKLER	60
EK-1	60
EK-2	61

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1. Güvenilirlik Analizi	33
Tablo 3.2. Çorum Kadın Girişimciler Demografik Bilgiler Tablosu	34
Tablo 3.3. İşletmenin Hizmet Süresi.....	35
Tablo 3.4. İş Hayatına İlk Giriş Biçimi.....	36
Tablo 3.5. İşletmeye Yönelik İfadeler.....	36
Tablo 3.6. Girişimcilik Boyutları Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi .	41
Tablo 3.7. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Medeni Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi	42
Tablo 3.8. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen F Testi	43
Tablo 3.9. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Çocuk Sahibi Olma Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi	44
Tablo 3.10. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen F Testi.....	45
Tablo 3.11. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Yabancı Dil Bilme Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi	46
Tablo 3.12. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin İşletmenin Hizmet Süresine Göre Farklılığını İnceleyen F Testi.....	48
Tablo 3.13. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin İş Hayatına Giriş Biçimine Göre Farklılığını İnceleyen F Testi.....	49

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil	<u>Sayfa</u>
Şekil 3.1. Sektör.....	35
Şekil 3.2. İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntılar	37
Şekil 3.3. İşletmede Yaşanan Sıkıntılar	37
Şekil 3.4. Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılamama Sebepleri.....	38
Şekil 3.5. İşletmelerin Geleceğe Yönelik Planları.....	38
Şekil 3.6. İş Kurmak ve Başarılı Olmak İçin Unsurlar.....	39
Şekil 3.7. Girişimci Olmadaki Faktörler	39
Şekil 3.8. En Uygun Yatırım Alanları	40

GİRİŞ

Girişimcinin, üretim faktörlerini bir araya toplayarak iktisadi ürün veya hizmeti insan ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde piyasaya sunacak ortam bulması ya da yaratması, ekonominin geliştirilmesine büyük bir katkı sağlamaktadır.

Teşebbüste bulunan bireyler, pazarları takip edip insan ihtiyaç ve isteklerini analiz etmektedirler. Bununla birlikte girişimciler, mevcut talebin dışında yeni talepler de yaratabilen, tüketici ihtiyaç ve isteklerindeki farklılaşmayı zamanında analiz eden, üretim kaynaklarını bir araya getirerek üretim yapan ve rekabetten kaçınmayan bireylerdir. Girişimciler, rekabet etmekten kaçınmak yerine rekabet unsurunu varlığının temel gereklerinden bir tanesi olarak kabul etmektedirler.

Bu doğrultuda girişimcileri risk almaktan ve sorumluluk almaktan korkmayan, atik ve yaratıcı bakış açısına sahip bireyler olarak nitelendirmek yanlış olmayacaktır. Teşebbüste bulunan bireyler için ekonomik fayda sağlama, bahsedilen temel çabaların neticesinde kendiliğinden elde edilmektedir. Tabiki bu ödül, şartları iyi değerlendiren ve doğru zamanda, doğru yerde hayallerini hayata geçiren girişimciler için mümkündür. Girişimcilik temelde bireyin içindeki güdü ile başlamaktadır.

Bireyin, bağımlı olmadan veya bir kuruluş içerisinde, bir fırsatı belirleme ve yeni bir değer meydana getirmek ve de ekonomik fayda sağlamak adına belirlenen fırsatın peşini bırakmayıp üzerine gitme güdüsünü ve bu güdünün düzeyini ifade etmektedir.

Teşebbüste bulunan birey, mevcut bir piyasaya dâhil olmak ve rakiplerle mücadele etmek, dâhil olunan piyasayı değişime uğratmak ve hatta yeni bir piyasa oluşturmak adına yaratıcı düşünceden veya inovasyondan faydalanmaktadır.

Girişimciliğin, sadece gerçekleştiren bireye değil, ülke ekonomisine ve topluma da birçok faydası bulunmaktadır. Bunlar arasında, yeni istihdam yaratılması, işsizlik oranının düşürülmesi, iktisadi kalkınmaya destek olunması, yeni iş kollarının geliştirilmesi, yaşam kalitesinin yükseltilmesi, refahın toplumsal tabana yayılmasına destek olunması gibi etkilerin yanında dengesiz bölgesel gelişmişliğin ortadan kaldırılması, geliştirilen yeni buluşların insana faydalı ürün veya hizmetlere dönüştürülmesi, toplumun değişim ve gelişim süreçlerinde destek olunması gibi ekonomik ve sosyal etkileri de bulunmaktadır.

Kadınların girişimci olmalarının sebepleri incelendiğinde, ağırlıkla iktisadi koşulların zorlaşmasından kaynaklanan parasal ihtiyaçların karşılanması ve çalışarak gelir elde etme olanaklarının olmaması (işsizlik) gibi nedenler ortaya çıkmaktadır. Bu arada cinsiyetle ilgili fiziki yapılarına bağlı olarak, iş bulma imkânlarının sınırlı olmasının da etkisi söz konusudur.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; girişimciliğin öneminin ve özelliklerinin açıklanması, girişimciliğin ekonomik ve sosyal gelişmeye etkisinin incelenmesi, hizmet üretiminde kadın ile erkek girişimcilerin karşılaştırılmasının yapılması ile birlikte hizmet üretiminde kadın girişimciliğinin yerinin Çorum ili baz alınarak bir değerlendirilmesinin yapılmasıdır. Çalışma literatür taramasının yanında Çorum ilinde gerçekleştirilen anket çalışması ile de desteklenmiştir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde üretim ve girişimciliğin kavramsal çerçevesi açıklanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde kadın girişimciliği ve üretimdeki yeri irdelenmiştir. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde ise hizmet üretiminde kadın girişimciliğinin yeri Çorum ili baz alınarak bir değerlendirilmesi yapılmıştır.

1.BÖLÜM

1. ÜRETİM, HİZMET VE GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. ÜRETİM VE HİZMET KAVRAMININ TANIMI VE ÖNEMİ

İşletmenin üç temel fonksiyonlarından biri olan üretim; ekonomistlere göre her türlü fayda yaratmak veya iktisadi mal/hizmet meydana getirmek, mühendisler için fiziksel bir varlığın üzerinde onun değerini arttıracak değişim uygulamak, örneğin hammaddeyi kullanılabilir ürüne dönüştürmek, işletmeciler için ise fayda üretmek yani hammaddeyi fiziksel veya kimyasal yollar kullanarak değiştirmek ve böylece tüketicilere faydalı mal veya hizmet sunmak anlamına gelmektedir. Bu farklı ifadeler bağlamında, üretimin temel amacı ise bir mamul veya bir hizmet yaratmaktır. Üretilen mal bir başka işletmenin hammadde kaynağı olabileceği gibi, nihai tüketim ürünü de olabilmektedir. Bir başka açıdan ele alacak olursak, hizmetler de insan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir faaliyet olduğu ve ülke ekonomisine katkıda bulunduğu için, üretim faaliyeti olarak sayılmaktadır (Kobu, 2017, s. 4).

Üretim, sadece bir ürünün meydana gelmesi adına yapılan faaliyetler ile sınırlı değildir. Bir ürünün oluşumunda ürüne değer katan veya değerini arttıran faaliyetler de üretim olarak tanımlanmaktadır (Yamak, 1999, s. 15). Üretim faaliyetlerinde, yeni ürün meydana getirmek önemli olduğu kadar, asıl olan üretim kaynaklarının verimli kullanılmasıdır. Bu da, etkin üretim yönetiminin sağlanması ile mümkündür. Dolayısıyla üretim bir değer yaratma sürecidir (Russell & Taylor, 1995, s. 3).

Üretime dayalı süreçlerde ölçülebilen ve depolanabilen somut ürünler elde etmek mümkün iken, hizmet üretimi esnasında, tüketiciye doğrudan değer sağlayan soyut çıktılar elde etmek mümkündür. Bu bir iş veya bir çaba gibi somut olmayan bir değer olabilir. Danışmanlık, bakım, taşımacılık, sigortacılık veya eğitim hizmetleri, hizmet sektörünün çıktılarına örnek teşkil etmektedir. Hizmet sektörünün daimi olabilmesi için etkin bir imalat sektörü gerekmektedir. Örneğin finansal hizmetler, sigorta, reklam ve taşımacılık gibi hizmetlerin varlığını sürdürebilmesi, sağlıklı bir imalat sektörünün varlığı ile mümkün olmaktadır (Üreten, 2006, s. 23-24).

Genel anlamda imalat ve hizmet sektörleri arasında farklılıklar bulunmakla birlikte, bu farklılıkların niteliği, üretim yönetimi tekniklerinin hizmet üretimi

gerçekleştiren işletmelerde kullanımını engelleyen özellikte değildir (Üreten, 2002, s. 23). Üretim ve hizmetler yönetiminde amaç, üretimde bulunan ürün ve hizmetlerin kalite ve fiyat gibi nitelikleri ile üretici ve tüketicilerin tatmin olmasını ve talebin sürekliliğini sağlamaktır (Yüksel, 2009, s. 1).

Üretimin temelini insani taleplerin karşılanmasında etken olan ekonomik faaliyetler oluşturmaktadır. Müşteri ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmet üretmek ve bunun sonucunda ortaya çıkan gelirin arttırılması, ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla üretim artışı hedeflenerek uygun yatırım alanlarına yönelmek ve kaynakların verimli kullanımı, ekonomik gelişmenin yönünü belirlemektedir (Tekin, 2012, s. 3-5).

1.2. ÜRETİM SİSTEMLERİ VE ÜRETİM SİSTEMLERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Üretim sistemi en genel şekliyle işgücü, malzeme, bilgi, enerji, sermaye gibi girdilerin belli bir süreçten geçmesi sonucunda mal veya hizmete dönüşmesi sürecidir (Tekin, 2012, s. 25). Bu dönüştürme çeşitli şekillerde olabilir. Örneğin, bir hammaddenin yapısını değiştirmek, bir mamulü taşımak veya depolamak üretim sistemine giren unsurların katma değer yaratacak şekilde çıktılara dönüşüm sürecini ifade eder (Kobu, 2008, s. 32).

Üretim sistemleri Kobu (2008) de: üretim yönetimine (Birincil Üretim, Analitik Üretim, Sentetik Üretim, Fabrikasyon Üretim, Montaj Üretimi), mamul cinsine (Demir çelik Üretimi, Tekstil Mamullerin Üretimi, Elektronik Mamuller Üretimi...v.b.), mamul miktarına veya üretim akışına (Siparişe göre Üretim, Parti Tipi Üretim, Sürekli Üretim, Proje Tipi Üretim) göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma her tip üretimi kapsayan en geniş sınıflandırmadır.

Üreten (2002) ise üretim sistemlerini dönüşüm süreçlerine göre Sürekli Üretim Sistemi, Kesikli Üretim Sistemi ve Proje Tipi Üretim Sistemi olarak sınıflandırmıştır.

1.2.1. Sürekli Üretim Sistemi

Yüksek miktarlarda az çeşitlilikte ürün üretilmesi durumunda uygun olan bir sistemdir. Talebin sürekli ve yüksek miktarlarda olması dolayısıyla mevcut olan makine

ve ekipman da belirli bir ürünün üretimi için tahsis edilmektedir. Bu da kapasite kullanım oranının yüksek olmasına sebebiyet vermektedir (Büyükkeklik, 2007, s. 8).

Sipariş ve parti tipi üretimlerde, üretim hızının talepten yukarı olması uygun karşılanır. Dolayısıyla bir miktar stok yapmak mümkündür. Sürekli üretimde ise, talep hacminin üretimi her an izlemesi şartı ile akışı sürdürmeyi mümkün kılar. Sürekli üretim kütle tipi ve akış (proses) üretimi olarak ikiye ayrılır. Kütle üretiminde, bir mamulden uzun sürede büyük miktarlar imal edilir. Ancak gerektiğinde yerleşme düzeni, makine ve bunun gibi unsurlarda değişiklik yoluna gidilerek, başka bir tip mamulün üretimine geçme olanağı sağlar (Kobu, 2008, s. 37).

Akış veya proses üretiminde ise standardize edilmiş yani makine ve ekipmanlar sadece bir tip ürünü üretmek koşuluyla yerleştirilmiştir. Bu sebeple aynı yerde bir başka mamulün üretimi çok pahalıdır veya imkânsızdır (Büyükkeklik, 2007, s. 9).

1.2.2. Kesikli Üretim Sistemi

Farklı ürünlerin farklı miktarlarda üretilbildiği, talebin düzensiz olduğu üretim sistemleri, kesikli üretim olarak adlandırılmaktadır. Bu üretim sisteminde talebin düzensiz olmasından dolayı kapasitenin etkin kullanımı mümkün olamamakta, atıl veya eksik kapasite oluşmaktadır (Üreten, 1998, s. 176). Bunun yanı sıra ürün çeşitliliği, talebin düzensizliği, alternatif makinaların fazlalığı, yarı mamul stoklarının bulunması gibi değişkenler, kesikli üretim sistemlerinde üretim planlama faaliyetlerini ve denetimi zorlaştırmaktadır (Büyükkeklik, 2007, s. 9).

Kesikli üretim sistemleri, parti tipi üretim ve siparişe göre üretim olmak üzere iki alt gruba ayrılır. Parti tipi üretimde, sürekli bir talebi veya belli bir siparişi karşılamak üzere benzer niteliklere sahip ürünlerin üretimi gerçekleştirilmektedir. Buna rağmen sürekli üretim sistemlerinde ise çeşit oldukça azdır, bir veya birkaç ürünün üretilmesi söz konusudur (Acar, 1998, s. 13).

Siparişe göre üretim imalâtında ise imalâtın süresi baz alınarak üç şekilde gruplandırma yapılabilir (Kobu, 2008, s. 36):

1. Az miktarda ürünün belirli aralıklarla üretilmesi,
2. Sayıca az ürünün bir defaya mahsus üretilmesi,
3. Sayıca az ürünün talep oldukça, belirli aralıklarla üretilmesi.

Yalnız bir defa üretimi yapılan mamuller için; üretim tekniği, teçhizat, ekipman ve planlama açısından yapılacak bir şey yoktur. Belirli veya belirsiz aralıklarla üretiminde

bulunulan mamuller için üretim metodu, işlem süreci ve kontrol aşamalarının düzenlenmesi ve bunlara ilişkin verilerin saklanması önemlidir.

1.2.3. Proje Tipi Üretim Sistemi

Proje aralarında öncelik ilişkileri bulunan, benzer koşullarda tekrarlanmayan tek seferlik faaliyetler bütünü olarak adlandırılır (Üreten, 2002, s. 19).

Proje tipi üretimde de siparişe göre üretimde olduğu gibi bir mamülün bir defaya mahsus üretilmesi bakımından benzetilmektedir. Ama proje üretimde bir akıştan bahsedilemez (Büyükkelik, 2007, s. 10). Proje tipi üretimin gerçekleştirildiği işlerde malzeme, emek, makina gibi kaynakların üretimin yapıldığı yere taşınması mümkündür. Dolayısıyla üretim fonksiyonu mamülün bulunduğu ortamda yerine getirilebilir (Kobu, 2008, s. 38).

Proje tipi üretim sistemlerinde akıştan daha çok paralel faaliyetlerin aynı anda yapılması söz konusudur. Bu tip üretimde, üretim süreci de daha uzundur. Dolayısıyla talep aynı ürün için sadece bir kereye mahsustur (Kobu, 2008, s. 38).

1.3. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimcilik terimi ekonomik kuram olarak ilk defa 1759'da İrlanda asıllı Fransız iktisatçı Richard Cantillon tarafından ortaya atılmıştır. Cantillon girişimciyi risk alma uzmanı olarak adlandırmıştır (Casson, Yeung, Basu, & Wadeson, 2006, 3). Girişimcilik kavramının içeriği genişletilerek, girişimciyi bu şekilde risk alma uzmanı olarak tanımlamanın yetersiz olduğu fark edilmiş ve girişimciliğin; organize etme, planlama ve üretim faktörlerini kullanma özelliklerini ekleyerek yeni bir tanım geliştirilmesi 18. yy sonlarında mümkün olmuştur. 18. yy'da fon tedarik eden sermaye sahibi ile sermaye sahibinin fonlarından kazanç elde etmesini sağlayan girişimci ayrımı yapılmaya başlanmıştır (Arıkan, 2004, s. 4-6).

Literatüre bakıldığında, girişimcilik kavramı üzerine farklı yazarlar tarafından pek çok tanımlara rastlanmaktadır. Girişimcilik kavramı Fransızca' da "entrepene", Almanca' da "unternehmen" sözcüklerinden türetilmiştir. Türkçe' de ise, "üstlenmek" anlamına gelmektedir (Arıkan, 2016, s. 45). Girişimcilik, global olarak kabul gören tek bir tanım ve nitelendirilme olmaksızın, pek çok kişi tarafından çeşitli şekillerde nitelendirilmiştir. Morrison (1998), girişimciliğin pazar fırsatlarını kullanmak için

benzersiz bir kaynak paketini toparlayıp, değer yaratma sürecini içerdiğini ifade etmektedir.

Girişimcilik, genellikle yeni bir girişim yaratma anlamında özetlenmiştir (Kurt & Savrul, 2016, s. 343). Girişimcilik; geleneksel olarak satış veya kiralama için bir ürün, süreç veya hizmet sunan; yeni kurulmuş bir işletme gibi faaliyete geçirme ve yönetme süreci olarak açıklanmıştır (Rajavel, 2016, s. 12).

Girişimcilik ekonomik büyümenin başlıca unsurlarından bir tanesidir. Girişimci, üretim gereklerini bir araya toplayarak iktisadi ürün veya hizmet üreten ve ürettiği ürün veya hizmeti ekonomiye dönüştürebilecek ortam bulan ya da yaratan kişidir. Ekonominin oluşturulması adına ihtiyaç duyulan üretim unsurlarının bir araya getirilmesi, biyolojik ya da mekanik bir işlem olmamakla birlikte, insanların gerçekleştirdiği bir faaliyettir (Bozkurt vd., 2012, s. 232).

Girişimcilik; sosyal, fiziksel ve ekonomik risklere katlanmak suretiyle kişisel tatmin, bağımsızlık ve maddi ödüller elde edilerek yeni bir değer meydana getirme aracıdır. Bu tanımda da bahsedildiği gibi, girişimci olmanın dört temel özelliği vurgulanmaktadır (Atik, 2002, s. 3-4):

Bunlardan ilki, girişimciliğin yaratıcılık ve yenilik sürecini barındırması gerektiğidir. İkincisi, girişimcilik sürecinde gerekli zaman ve çabanın ayrılması gerektiğini vurgular. Girişimcilikte gerekli riskleri üstlenmek, girişimciliğin bir diğer yönünü oluşturmaktadır. Sonuncusu ise bağımsızlık, kişisel tatmin ve maddi ödüller gibi girişimciliğe yönlendiren sosyolojik faktörlerdir.

Girişimciliğin bir diğer tanımı; maddi kazanç ve kişisel tatmin elde etme sürecinde katma değere sahip farklı şeyler meydana getirmek amacıyla, gerekli zamanı ayırıp, çaba göstererek siyasal, finansal ve psikolojik risklerin alınmasıdır (İlter, 2010, s. 8).

En genel anlamıyla girişimcilik; fırsatlardan yararlanabilme ve yeni fırsat yaratabilme amacı ile üretim girdilerini örgütleme yeteneği ve risk alma özelliklerini kullanarak çıktıya dönüştürmek olarak tanımlanmaktadır (Tosunoğlu, 2003, s. 1). Girişimcilik kavramı, literatürde pek çok yazar tarafından farklı boyutlarıyla ele alınmıştır. Bu konu ile ilgili bütün tanımlamaların ortak noktası girişimciliğin ekonomik olanakları yeni değerlere dönüştüren bir fırsat olarak nitelendirilmesidir (Yörük ve Ağca, 2006, s. 160).

Girişimciler üzerine yapılan araştırmalar, girişimcilerin birçok fonksiyona sahip olduğunu göstermektedir (Dinçer, 1999, s. 3);

1. Üretim etmenlerini kullanarak mal veya hizmet üretmek,
2. Ürünlerde kalite artırımına giderek yeni pazar alanları bulmak,
3. Yeni üretim yöntemleri keşfetmek, bu konuda araştırmalar yapmak,
4. Yeni dağıtım kanalları geliştirmek,
5. Çevredeki değişimlere karşı duyarlı olmak,
6. Yeni ürün veya hizmet geliştirmek adına araştırmalarda bulunmak,
7. İşletmenin yönetim, dağıtım, pazarlama vb. politikalarını belirlemek.

Bir ekonomide üretimin vazgeçilmez koşullarından biri de girişimciliktir. Emek, sermaye gibi üretim faktörleri girişimcilik kabiliyeti ile desteklendiğinde kaynakların verimli kullanımı söz konusudur. Bu özellikleri ile girişimciler günümüzde etkin konumdadırlar (Küçükaltan, 2009, s. 21).

Girişimcilerin en büyük amaçlarından birisi, toplumun ihtiyaç ve beklentilerini doğru analiz edip, onların daha rahat bir yaşam sürdürmelerini sağlamak ve istihdam hacmini gelir artışına paralel olarak orantılı bir şekilde arttırmaktır. Girişimcilerin gerçekleştireceği projelerde önemli olan milli gelir düzeyini arttırmaya yönelik yatırımlardır. Bu bağlamda en yüksek faydayı sağlamak için; işsizlik problemleri, ücret eşitlikleri, üretim ağırlıklı teşvikler, dış bütçe olanakları ve olabildiğince yerli kaynaklardan faydalanmak gibi verileri gözden kaçırmamak önemlidir. Bir girişimci için para motivasyon sebebi değil motivasyon aracı olmalıdır. Başarı, motivasyonun ana faktörüdür, para ise sonuçta elde edilen ödüldür (Arıkan, 2004, s. 41).

Yapılan araştırmalar sonucu, elde edilen verilerde, girişimcilikte başarılı olmak için aşağıda sıralanan nitelikler etkindir (Başar, 2013, s. 5):

- Yaratıcılık, yeniliğin ve gelişmenin ilk adımıdır. Genel yargılardan bağımsız düşünce geliştirmek, sorgulamak ve sürekli öğrenmektir.
- Kararlılık, başarıya ulaşmak için istikrar sahibi olmaktır. Aynı zamanda zor durumlar neticesinde yeniden kendini toplayabilme yeteneğini içerir.
- Esneklik, piyasa gerçekliğinin farkında olmaktır. Değişen pazar ihtiyaçlarına uyum sağlayabilmektir. Dolayısıyla girişimci gerektiğinde vizyon değiştirmeyi göze almalıdır.
- Liderlik, hedefler ve kurallar çerçevesinde başarıya ulaşmak adına hareket etme eylemidir.

- Tutku, girişimcilik eylemini gerçekleştirmek için sahip olunması gereken bir özelliktir. Girişimciye, başkalarına kendi vizyonunu açıklayabilme yeteneği verir.
- Kendine güven, kararsızlığı ve risk oranını azaltan bir faktördür. Böylece belirsizlik de azalır.

1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Girişimcilik ekonomistlerden, işletmecilere, sosyologlardan, psikologlara ve hatta politikaya kadar bütün dinamiklerin ilgisini çekmektedir. Girişimcilik temelde bireyin içindeki güdü ile başlamaktadır. Bir bireyin, bağımlı olmadan veya bir kuruluş içerisinde, bir fırsattan istifade etmek ve bir katma değer meydana getirmek veya ekonomik fayda sağlamak adına belirlenen fırsatın peşini bırakmayıp üzerine gitme güdüsünü ve bu güdünün düzeyini ifade etmektedir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 81).

Girişimciler toplumsal yaşamda ve ekonomide birçok görev üstlenmişlerdir. Üstlendikleri işlevler itibariyle girişimcilerin önemi vurgulanmaktadır. Bu işlevler şu şekilde özetlenebilir (Karalar, vd., 2006, s. 14):

- Yeni üretim metodları geliştirmek,
- Yeni ürün meydana getirmek veya bilinen bir üründe nitelik değişimi yapmak,
- Yeni pazarlara açılmak,
- Yeni kaynaklar keşfetmek,
- Yönetim ve çalışanlar arasında iletişimi geliştirmek,
- İşletmenin dış ilişkilerini geliştirmek.

Bir ülkenin iktisadi kalkınmasında en etken güç girişimciliktir. Girişimcilik aynı zamanda işsizliğe karşı alternatif bir çözüm sunmaktadır. Değişim ve yeniliği üreten, yaygınlaşmasını sağlayan girişimcilerdir. Ayrıca girişimciler yeni sanayi kollarının oluşumunda da etkindir (Alkan, 2014, s. 16).

Girişimciler, toplumun ihtiyaç ve beklentilerini ön plana alarak ve bu tespitleri uygun yatırım alanlarına yönlendirerek toplumun ekonomik anlamda gelişmesini dolayısıyla toplumsal refaha ulaşmayı mümkün kılmaktadır (Arıkan, 2004, s. 41). Girişimciler piyasa ekonomisinin lideri konumundadırlar. Girişimciler elde ettikleri

başarı ile hem topluma yeni iş imkanı sunar hem de tüketiciye ürün çeşitliliği sağlar. Bunun yanı sıra bireylerin kendini kanıtlama ve bağımsızlık gibi kişisel ihtiyaçlarının karşılanmasında girişimciliğin rolü büyüktür (Alkan, 2014, s. 9).

Günümüz toplumunda insan işgücünün üretim üzerindeki etkisi azalırken, ussal kaynakların üretim üzerindeki önemi gün geçtikçe artış göstermektedir. Bu konumda girişimciliğin öneminin yaratıcılık, yönetim ve yenilik gibi faaliyetlerin devamı konumunda ortaya çıktığı söylenebilir. Girişimciliğin önemini arttıran bir başka faktör de küresel ekonominin daha rekabetçi hale dönüşmesidir (Özkul, 2007, s. 344).

Girişimciliğinin öneminin bu şekilde artmasının temel gerekçesi, ülkelerin gelişmesinde güç kaynağı teşkil etmesidir. Girişimcilik ile sağlanan ekonomik ve siyasi güç dolayısıyla teknolojik ve bilimsel gücü de arttırmakta ve ülkeler arası rekabette avantaj sağlamaktadır. Buna bağlı olarak bir ülkenin girişimcilikteki gücü ve girişimcilik üzerine yapılan gelişmeler o ülkenin hazinesi konumundadır (İrmiş ve Barutçu, 2012, s. 1-2).

Genel olarak girişimciliğin asıl önemi girişimcilerin toplumsal eksiklikleri ve gereksinimleri belirleyip bunları yatırıma ve dolayısıyla toplumsal refaha dönüştürülmesidir. Çünkü bu yatırım ile istihdam ve gelir seviyesi yükselmekte ve toplumsal refah sağlanmaktadır. Milli ekonomi açısından bu konu ele alındığında girişimcilerin sürdürdükleri yatırım projeleri aşağıda öngörülen sebeplerden ötürü önemini korumaktadır (Dilsiz ve Kölük, 2005, s. 5). Bunlar:

- Gelir dağılımındaki eşitsizliğin önlenmesi,
- Milli gelirden artış sağlanması,
- Açık veya gizli işsizliğin giderilmesi,
- Sanayileşmenin yaygınlaştırılması,
- Yerli hammadde kaynaklarının üretime yönlendirilmesi,
- Cari açığın kapatılması şeklinde sıralanabilir. Bütün bunlar göz önüne

alındığında girişimlerin(yatırımların) ve dolayısıyla girişimcilerin önemi büyüktür.

1.5. ÜRETİM VE GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınma düzeyinin belirlenmesinde girişimciliğin payı büyüktür. Ülkedeki girişimcilik olgusu, girişimciliğin oluşması için gerekli olan altyapı, girişimcilik kültürü ve bu konu üzerine kurulan strateji ve politikalara

bağlıdır (Alkan, 2014, s. 17). Girişimciler üretim kaynaklarını farklı şekillerde birleştirerek kullanımı olmayan üretim girdilerini tekrar kullanıma sunar. Dolayısıyla girişimci, iktisadi kaynakların düşük üretkenlik alanlarından verimliliği yüksek alanlara aktarılma sürecinde etken faktördür. Bu yönüyle girişimci toplumsal refaha katkıda bulunan ve toplumsal fayda sağlayan en önemli bileşendir (Tekin, 2005, s. 9).

Girişimci kendisinin ve bir başkasının meydana getirdiği değerleri ekonomiye kazandırmaktadır. Bu bağlamda yapılan en ufak bir yenilik ve değişim dahi üretim sürecine olumlu etkide bulunmakta ve verimlilik artışına sebebiyet vermektedir. Yapılan yeniliğin seviyesi arttıkça ekonomiye olan katkısı da doğru orantılı değişmektedir. Girişimcinin üretim sürecine katkısı üç yönlüdür (TÜSİAD, 2002, s. 18):

- Üretim girdilerini yeni şekillerde birleştirip, kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılması amaçlanmaktadır.
- Halihazırda kullanılmakta olan üretim faktörlerinin ve girdilerin farklı şekillerde kullanımı ile üretim artışı sağlamaktadır.
- Girişimci yeni iş fikirlerinin ortaya konulmasını ve bunların uygulanmasını teşvik etmektedir.

1.6. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Girişimci; ortaya çıkan fırsatları görebilen, etkin düşünebilen ve hareket edebilen kişidir. Girişimcilik işletme sahibi olmanın ötesinde sosyal bir iştir. Bu nedenden ötürü, işletmeciliği sadece ticari yönden düşünmemek gerekir. Çünkü girişimcilik, geliştikçe farklı alanları da içine aldığı görülmektedir. Girişimcilik türleri Thompson'a göre aşağıdaki şekillerde sınıflandırılmıştır (Gusseanova, 2015, s. 21):

Kadın Girişimciliği: Kadın veya kadınlar tarafından meydana getirilmiş bir girişimcilik türüdür. Kadın girişimciler erkek meslektaşlarıyla birçok niteliklerini paylaşabilirler. Gayretleri yüksek olduğu için başarı oranları yüksektir.

Akademik Girişimcilik: Bilimle uğraşan insanlar tarafından meydana gelen bir girişimcilik türüdür. Bilimsel faydalar sağlamak adına oluşturulan, bilim insanları açısından bilgi eksiklerinin giderilmesini sağlayan bir faaliyettir.

İç Girişimcilik: Kişinin üzerine risk alarak yeni bir şirket kurmadan hali hazırda bulunan bir şirket içerisinde faaliyet gösterdiği girişimcilik türüdür. Bu tip girişimcilikte

ise bir şirketin büyümesi veya kriz dönemlerinin aşılması için gösterilen faaliyetler şeklinde tanımlanabilir.

Sosyal Girişimcilik: Kârını maksimum seviyede düşünmek yerine tam aksine kârını insanların öncelikli gereksinimleri adına kullanan bir girişimcilik türüdür.

Sanat girişimciliği: Yeni sanat fikirlerini bulan, takip eden ve onları birleştirip topluma hızlı bir şekilde sunup kâr sağlayan girişimcilik türüdür.

Stratejik Girişimcilik: Globalleşen teknolojilerin, pazarların ve organizasyonların, günümüzdeki ve gelecekteki rekabet şartlarını geliştirebileceğini, kurumsal yeniliklerin ortaya konulması gerekliliğini kapsayan bir kavramdır.

Girişimcileri farklı özelliklere, farklı iş stratejilerine göre gruplandırmak bir hayli güçtür. Bu nedenle girişimci türlerini önce ana başlıklarda toplamak daha sonra bir ayırımda bulunmak daha gerçekçidir (Smith ve Miner, 1983, s. 225-240).

Değişken bakış açıları sonucu girişimcilik tipleri adına literatürde farklı sınıflandırmalar mevcuttur.

1.6.1. Girişimcilik Amacına Göre Girişimcilik Türleri

Smith'in 1967'de imalat firmaları ile görüşerek gerçekleştirdiği çalışmada girişimcilik sürecindeki yenilikçi ve yaratıcı yaklaşım göz önünde bulundurularak yapılan sınıflandırılmada girişimciler esnaf girişimci ve fırsatçı girişimci olmak üzere iki grupta incelenmiştir (Barbato vd., 2009, s. 34).

1.6.1.1. Esnaf Girişimci

Esnaf girişimciler genellikle eğitim ve gelir düzeyi düşük kişilerden oluşur. Sahip oldukları işletmelerin iktisadi kaynakları kendi kişisel birikimi veya arkadaş, akraba gibi kişilerden sağladıkları ekonomik unsurlardan meydana gelmektedir (Barbato vd., 2009, s. 34).

Smith girişimcinin türü ile işletme arasındaki ilişkiyi de incelemiştir. Dolayısıyla esnaf girişimci tarafından yönetilen bir işletmenin değişimlere açık olmadığı, girişimcinin üretim teçhizatlarını bulunduğu yerden tedarik ettiği ve pazarlarını yerel seçtikleri sonucuna ulaşmıştır (Landström, 2005, s. 44).

1.6.1.2. Fırsatçı Girişimci

Bu girişimci türü geleceğe dair öngörülerle planlar yapan, fırsatları kollayan ve karlı olacağını düşündüğü yatırımlara yönelen kişi olarak adlandırılır (Küçük, 2005, s. 37). Fırsatçı girişimci esnaf girişimciliğe göre daha geniş düzeyde eğitim almış, tecrübe sahibi, fırsatları kollayan ve yeni stratejiler geliştirebilen bir girişimci türüdür (Rauch ve Frese, 2000, s. 118).

Girişimcilik türlerinin oluşumunda Türkiye’de yapılan çalışmalarda kişisel gelişimin belirleyici konumda olduğu görülmüştür. Kişisel olarak kendini geliştirmeye çalışan girişimcilerin bilgi seviyeleri arttıkça bununla doğru orantılı olarak analitik düşünme yetileri de artmaktadır. Bu tip özellikteki girişimciler de fırsatçı girişimcileri oluşturmaktadır (Özkul ve Dulupçu, 2007, s. 89).

1.6.2. Mülkiyet Yapısına Göre Girişimcilik Tipleri

Birçok çalışmada mülkiyet yapısına göre girişimci tipleri “özel girişimcilik” ve “kamu girişimciliği” olmak üzere iki alt başlıkta incelenmiştir.

Kendi maddi varlıklarını ve sahibi olduğu özel kaynakları kullanarak ya da borçlanmak suretiyle meydana getirdiği sermayeyi üretime yönlendiren kişilere özel girişimci adı verilmektedir. Kendi meydana getirdiği sermaye yerine kamu teşvikinden faydalanan kişiye de kamu girişimcisi denilmektedir. Kamu girişimcisi için uygulanan esnek olmayan bütçe kısıtlamaları ve siyasi kararlar ile faaliyetlere devam etme kamu girişimcisini diğer girişimcilik tiplerinden ayıran özelliklerdendir (Çelik ve Akgemci, 1998, s. 24).

1.6.3. Ekonomideki Konumuna Göre Girişimcilik Tipleri

Piyasadaki girişimciler ekonomik konumuna göre dinamik ve olağan girişimci olmak üzere iki grupta incelenebilir.

1.6.3.1. Dinamik Girişimcilik

Dinamizmin girişimcilikteki en önemli faktör olduğunu savunan Schumpeter için dinamik girişimci sadece ürün ve süreçler üzerindeki yenilik kavramıyla yetinmeyip, bu ürün ve süreçleri yeni kaynaklar ve yeni pazarlar ile genişletmeye çalışan kişidir (Anderson ve Schneier, 1978, s. 36-37).

1.6.3.2. Olağan Girişimcilik

Olağan girişimcilik, dinamik girişimciyi takip eden, yeni fikirler ve düşünceleri geliştirmek yerine var olan durum ile varlığını sürdürmeye çalışan girişimcilik tipidir (Çetin, 1996, s. 29).

1.6.4. Girişimcinin Kişilik Özelliklerine Göre Girişimcilik Türleri

B. McCarthy ve B. Leavy de tek tip girişimci tanımına karşı çıkarak yaptıkları çalışmalarda girişimcileri pragmatik ve karizmatik olmak üzere iki grupta incelemişlerdir. Bu çalışmaya göre pragmatik girişimciler daha akılcı, riski azaltma eğiliminde olan ve planlı hareket eden kişiler olarak ifade edilirken; karizmatik girişimciler ise daha fazla risk alma eğiliminde olan ve inisiyatif sahibi kişiler olarak tanımlanmaktadır (Erdem, 2001, s. 47).

1.7. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalar dikkate alındığında, incelenmesi gereken hususlardan birisi de girişimciliği etkileyen unsurların neler olduğudur. Girişimcilerin yaşadıkları toplumdan ve çevreden bağımsız düşünceleri son derece yanlış olur. Yaşadıkları çevreyi etkileyen söz konusu girişimcilik faktörleri kimi zaman kişisel, kimi zaman da çevresel faktörlerden kaynaklanmaktadır. Girişimciliği etkileyen birçok unsur vardır. Bunlar; sosyal çevre, aile, kültür, eğitim ve psikolojik faktörler olabileceği gibi siyasi, idari ve mali içerikli faktörler de olabilir. Bu faktörler şunlardır; (İraz, 2005, s. 176-178):

1.7.1. Kültür

Kültür, tarihsel ve toplumsal gelişim sürecinde bulunduğu coğrafyaya göre var olan değerlerdir. Girişimciliğin ana unsuru insan olması sebebiyle, Türk girişimcisi bir Fransız, bir Rus veya bir Çinli girişimciden edindiği kültür yansıması bakımından son derece farklıdır. Hatta ülke içinde bile girişimcilik niteliği bölgelere göre farklılıklar gösterebilmektedir. Girişimciliğin ana hususları bazı kültürlerde destek alırken, bazı kültürlerde ise henüz kabul görmemektedir.

1.7.2. Aile ve Sosyal Çevre

Ailede alınan eğitim düzeyi, görgü seviyesi, görenek ve bunun gibi etmenler çocuğun girişimcilik arzusu ve kabiliyeti üzerinde kararsızlık yaratıcı etki, olumlu veya olumsuz etki bırakabilmektedir. Olumlu etki durumunda aile, çocuğu hayatını serbest kazanma ve kendi işini kurma yönünde teşvik eder. Aile reisi girişimci ise veya yakın çevrede girişimci olan kişiler varsa, bu kişiler çocuğa örnek olarak gösterilip, onun gibi olması ve hatta onu geçmesi istenir. Olumsuz etkilere değinecek olursak; çocuğun girişimcilik yönünü geliştirebilecek herhangi bir rol modele sahip değilse, hayat şartları itibariyle girişimciliği sağlayacak finansal güce sahip değilse, yeteneklerini sergileyebilecek hayat standartlarına sahip değilse bu gibi durumlar girişimcilik yönünün gelişmesini engelleyecektir.

1.7.3. Yasal, Siyasal ve İdari Faktörler

Bir ülkede girişimciliğin gelişimine etki eden birçok faktör vardır. Bunlar; yasal uygulamalar, siyasal ve idari unsurlar şeklinde sıralanabilir. Eğer ülkede girişimcilik aleyhinde bir gelişme yaşanır bu durum yasalara, siyasi ve idari alanlara da yansımaktadır. Bu sirkülasyon sonucunda olumsuz etkiler nedeniyle girişimcilik kuruluşları azalmaya başlayacaktır. Girişimciliğin daha rahat kök salıp gelişebilmesi için yasalarla, ekonomi politikaları ve bürokratik sistemle özendirilmesi gerekmektedir.

1.7.4. Mali Çevre

Girişimciliğin uygulanabilmesi için öncelikle uygun bir mali ortamın sağlanması gerekmektedir. Bu da düzenli para ve maliye politikalarına bağlıdır. Hükümetler bu anlamda verdikleri desteklerle girişimciliği önemli ölçüde etkilemektedir. Görüldüğü üzere, ekonomide yaşanan ve yaşanacak olan olumsuz etkiler doğrudan girişimciyi etkileyebilmektedir.

1.7.5. Eğitim

Girişimcinin aldığı eğitimler, gerek aile içinde gerekse eğitim kurumlarının yönlendirmesi sonucu, yaratıcılığının gelişmesine yardımcı olur. Fakat aksi halde yanlış yönlendirilmesiyle de girişimcinin yeteneklerinin körelmesine neden olunabilir.

Dolayısıyla girişimcinin rotası, kişinin aldığı eğitimin niteliği ve kapsamı aynı zamanda kendi kişisel yaratıcılığı tarafından belirlenmektedir.

Gelişmiş ülkelerin birçoğunda bireylerin fırsatları görüp, yeni iş imkânları yaratabilmesi için bireylere ilköğretim ve lise düzeyinden itibaren girişimcilik yönünde eğitimler verilmektedir.

1.7.6. Psikolojik Faktörler

Girişimcilerin göstermiş olduğu psikolojik davranışlar, girişimciliği doğrudan etkilemektedir. Girişimcinin başlıca psikolojik nitelikleri şunlardır:

- Girişimci kararlarını kişisel sorumluluk çerçevesinde almalıdır,
- Almış olduğu bu kararlardan somut önerilere erişebilmelidir,
- Aldığı kararlarda riskten kaçınmamalıdır,
- Çalışma sırasında akrabalık ve arkadaşlık ilişkisinden soyutlanmalıdır,
- Parasal nedenlerden kaynaklanan iş isteği şeklinde sıralanabilir.

Girişimcinin psikolojik nitelikleri; enformasyon yeteneği, risk alabilme, kararlılık, öngörülü olmak gibi başlıca özelliklerini doğrudan etkilemektedir.

1.8. CİNSİYETİN GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİSİ

Cinsiyetlere yüklenen rollerin netice olarak, girişimcilik üstüne sadece önyargı bağlamında tesir ettiğini söylemek mümkündür. Milyonlarca kadının gayet yaratıcı şekillerde yeni iş alanları yaratması, başarılı bir biçimde iş kadınlığı ve ev kadınlığı yükümlülüklerini yerine getirmesi, onun iyi bir iş insanı olduğunun açık bir göstergesidir. Bu açılarından bakıldığında, erkek girişimciler çoğu vakitlerini işleriyle geçirdikleri için, kadının ev, eş ve çocuklarının yanı sıra iş yaşantısına gerekli zamanı ve alakayı ayırabildiğinden, girişimci kadının erkeğe göre daha başarılı olduğu göze çarpmaktadır (Cici, 2013, s. 56).

Sosyo-kültürel faktörler ve girişimci güdüler, kültür kalıplarını ve girişimci kişileri ortaya çıkarmaktadır. Çünkü, bu etmenler, kişiye; ileri görüşlülük, risk kontrolü, sorumluluk gibi nitelikler edindirdiğinden, sonuç olarak, aktif çalışmak, işleyen bir iktisadi sistem ve aktif girişimciler ortaya çıkarmaktadır. Aktif girişimciler, yeni fırsat ve olanaklardan faydalanarak, kaynak üretimi, toplum hareketliliği ve canlılık sağlarlar. Kültürün engelleyici özelliği neticesinde ise kişi, doğal olarak iş yapmamaya yani

tembelliğe yöneltir. Bu sebepten dolayı toplum, ekonomik ve toplumsal yaşam tesirini kaybeder. Bu yönde yapılan çalışmalar göstermektedir ki; özgürlükçü, açık/esnek ve serbest piyasa şartlarının girişimcilik kapasitesini yükselttiği ortaya çıkmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007, s. 18).

Cinsiyet etmeninin meydana getirdiği roller, girişimcilere sektör seçimi için daha etkili olmaktadır. Kadın girişimcilerde sektör tercihi hizmet üzerine olurken, erkeklerde ise üretim, inşaat ve teknoloji sektörü olmaktadır. Bu da kadınların erkeklere göre küçük ölçekli işletmelere sahip oldukları anlamına gelmektedir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 78-80).

2.BÖLÜM

2. KADIN GİRİŞİMCİLİK VE ÜRETİMDEKİ YERİ

2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI

Bu konuda yapılmış bütün bilimsel araştırmalarda kadın girişimci, evinin haricinde yalnız, bir veya birkaç ortakla ya da çalıştırdığı elamanlarıyla beraber kurduğu işletmesi ile ilgili özel ve tüzel kurumlarla iletişim kurabilen, kazancını kendi tasarrufları doğrultusunda özgürce kullanabilen, risk yüklenebilen kimse olarak tanımlanmıştır (Erktürk, 2015, s. 42).

Genel olarak kadın girişimciliği kavramı girişimcilik kavramı ile ilişkilendirilerek bir tanım yapma yoluna gidilmiştir. Bazı yazarlar kadın girişimcileri işletme sahibi olarak adlandırırken bazıları ikinci kuşak işletme sahibi olan kadınları da kadın girişimci olarak ele almaktadır. Bazı kaynaklar ise kadın girişimciliğinden küçük girişimler olarak bahsetmektedir (Gökakın, 2000, s. 109).

Dhillon (1993) kadın girişimliği, kendi işinin sahibi olan, tek çalışan veya elemanlarıyla beraber çalışan, mal veya hizmet üretip pazara sunan, olası acil durumların üstesinden gelebilen ve yeni koşullara kolaylıkla uyum sağlayabilen kadın ‘girişimci kadın’ olarak adlandırılmaktadır (Dhillon, 1993, s. 101).

Sinanoğlu-Koç (2005) de genel olarak kadın girişimciliği, işletme sahibi kişi olarak risk alarak ekonomik, yönetsel ve toplumsal sorumluluklarla birlikte yeni girişimleri başlatan, işletmenin yönetimini kendi üstlenen kadın olarak tanımlamaktadır (Sinanoğlu ve Koç, 2005, s. 45).

Literatürdeki diğer çalışmalara bakıldığında kendi mesleğini ifa eden kadınlar girişimci olarak kabul görülmemektedir. (avukat, akademisyen, doktor gibi). Bunun sebebi olarak girişimciliğin, kar ve zarar riskini göze alarak üretim faktörlerini bir araya getirme konumunda olmaları gösterilebilir (Bedük, 2005, s. 73).

Bir diğer tanıma göre kadın girişimci bizzat işinin başında bulunan, sahip olduğu işletmenin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenen ve işyerinde fiili çalışan kadındır. Aynı zamanda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli kullanacak tedbirleri alan, yaratıcı ve rasyonel iş fikirleri üreten, oluşabilecek risklere planlı önlemler alabilen kadındır (Saray, 1993, s. 118).

Genel anlamda kadın girişimciliği konusu farklı şekillerde tanımlanmakta olup, 1993 yılında Ecevit tarafından şu ortak noktalara dikkat çekilmektedir (Mungan, 2013, s. 25):

- Ev harici bir yerde kendi adına kurduğu işletmenin sahibi olan,
- Kurduğu işletmede tek başına veya çalıştırdığı elemanlarla birlikte çalışan veya sahibi olma sıfatıyla ortaklık kuran,
- İş ile ilgili olarak çeşitli kamu kurumlarıyla irtibat halinde olan,
- İşletmenin geleceğine yönelik planlar yapan,
- İşletmenin elde ettiği kazanç üzerinde hak sahibi olan ve bu kazancı uygun yatırım alanlarına yönlendiren,
- İşletmesi adına tüm riskleri üstlenen kadınların faaliyetleridir.

Bölgesel kalkınmanın hızlanması ve artması için, girişimciyi ve girişimcilik politikalarını desteklemek büyük önem arz etmektedir. Kadın girişimciliğinin gelişimini desteklemek, hem ekonomik kalkınmaya faydası olduğu gibi hem de kadın işsizliğine bir çözüm unsuru olarak önemli bir araç haline gelmektedir. Bu yüzden son yıllarda diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de kadın girişimciliği kavramı büyük önem teşkil etmektedir. Akademik çalışmalara ve piyasadaki girişimci algısına bakıldığında, girişimcinin piyasa açıklarını değerlendirip, hem topluma hem de kendisine fayda sağlayan üretim faktörü olduğu görülmektedir. Politikacılar, iktisadi kalkınmanın gerçekleşmesi için, yeni iş alanları yaratmak, girişimciliğin gelişimi ve yaygınlaşmasını destekleyecek çalışmalar yapılması konusunun gerekliliğini vurgulamışlardır. Bu bağlamda girişimciliğin istihdam ve iktisadi kalkınma ile bağının olduğu açık ve nettir. Küreselleşmenin tüm ekonomilerde yarattığı işsizlik ve ekonomik durgunluk, girişimcileri strateji belirlemede farklı araçlar bulma yoluna itmiştir. Girişimciliğin teşvik edilmesine yönelik stratejiler siyasetin ve iktisadın başlıca gündemi haline gelmiştir.

Globalleşme dönemiyle birlikte etkin ölçüde yaygınlaşan girişimcilik anlayışı, erkekler kadar kadınları da etkileyerek, onları iş yaşamının değişmez oyuncularına haline gelmesini sağlamıştır. Buna göre de kadının toplumdaki yeri ve öneminde anlamlı değişiklikler meydana gelmiştir (Takay vd., 2014, s. 8).

Günümüzde kadınların çalışma ortamlarında etkinliklerini arttırmaları, hem kendileri hem de toplum açısından önem arz etmektedir. Bilhassa kadının eğitilmiş, hırslı, yapıcı ve kararlı duruşu, kadını erkeğe tabi olmaktan uzaklaştırarak ekonomik güce ulaştırmakta ve toplumdaki konumunun güçlenmesine imkân vermektedir. Kadına

bahsedilen bu gücü temin eden en önemli kaynak ise onu girişimci niteliğidir. Girişimcilik icrası ile kadınlar, bir yandan maddi ve manevi avantajlar sağlarken, öte yandan, özgürlük, mali imkânlar, sosyal hizmetler gibi nitelikler ile de cinsiyet ayrımcılığına yönelik ön yargıları pozitif hale getirme fırsatı elde etmiş olmaktadır (Soysal, 2010, s. 110).

2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ

Günümüzde sosyal ve endüstriyel değişimler kadının iş hayatına girmesinde önemli bir etkidir. Teknolojideki yeniliklerin günden güne artması sebebiyle bilgiye erişmenin kolaylığı eğitilmiş kadın sayısında artışa neden olmuştur. Bu anlamda girişimcilik kadınlar için daha cazip bir iş alanı hale gelmektedir (Güney, 2006, s. 26).

Üretim sektörlerinin küçülmesi, bunun yanı sıra hizmet sektörünün çalışma alanı bakımından gittikçe büyümesi, istihdam oranının sanayi sektöründen hizmet sektörüne doğru kaymasına neden olmaktadır. Bu durum, hizmet sektöründe kadın çalışan ve kadın girişimci ihtiyacının artması sonucunu doğurmuştur. Kadın girişimcilerin artma sebepleri şöyle sıralanabilir (Gürol, 2000, s. 242):

- Sosyolojik ve teknolojik değişimler sonucunda kadınların eğitim seviyelerinin artması ve dolayısıyla çalışma hayatına girmeleri,
- Orta veya düşük kadrolarda çalışan kadınların, görev yaptıkları işletmelere işten atılma kaygısı güderek, kendi kendilerinin patronu olmayı talep etmeleri,
- Başarılı kadın girişimcilerin sayısındaki artışın gerçekleşmesi ile model alınabilecek insanların çoğalması,
- Cam tavan olarak adlandırılan, kadınların işletmelerde belli bir düzeye kadar yükselebileceği fikriyle hareket ederek iş kurma arzusunu gerçekleştirmeleri kadın girişimci sayısının artma nedenleri arasında gösterilebilir. Dolayısıyla bütün bu maddeler kadın girişimciliğin önemini vurgulamaktadır.

2.3. KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ

Kadın girişimciler, erkek girişimcilerle birçok ortak özellikler taşımaktadır. Ancak, kadın girişimciler, aile yaşantılarına paralel hareket etmektedirler. Kadınların bu kabiliyeti bazı girişimci özelliklerinden farklılıklar meydana getirmiştir. Aile hayatının sorumlulukları kadınlarda daha fazla yer aldığı için ileriye dönük ve planlı hareket etme

yönünde yoğunlaşmışlardır. Kadın girişimciliğinin özellikleri, bileşenleri açısından şöyle sıralanabilir (Bozkurt vd., 2012, s. 150):

- Merakı her zaman diridir.
- Merakları dolayısıyla fırsat ve tehlikeleri sezinler.
- Düşünce yapısı bakımından daima fark yaratabilirler.
- Kendilerine devamlı yenilik katabilirler.
- Kendine karşı uyduğu daimi kuralları vardır.
- Sahip olma duygusu yerine olma aşamasına ulaşmıştır.
- Özgüven sahibi olduğu için, çevresine de güven aşılar.
- Hayal gücü yüksektir. Bu sayede ayakları yere sağlam basar.
- Fikirlerine yön veren tutarlı bir felsefeye sahiptir.
- İş yapmak için geliştirdiği yöntemler vardır.
- Olumsuzluklarla yüzleşebilir ama devamlı pozitiflik vardır.
- İmkânları doğrultusunda fırsat ve tehlikeler arasında denge kurar.
- Her şey tekelimde düşüncesi yerine, paylaşarak ortak akıldan faydalanır.
- Her işini sözel olarak yapmaz yazılı bilgi ve kayıt sistemi geliştirir.
- En iyi bildiği iş üzerinde odaklanır, dikkatini ve gücünü sadece işine verir.
- Girişimcilik entelektüel yaratıcılık gibi süreklilik arz etmez. Birikim,

derinleşme ve yoğunlaşma gerektirir. Ayrıca ilgi, amaç, ortam ve araç bütünlüğü olgusu içerisinde sürdürülür.

Araştırmalar iş hayatında erkeklerden ziyade kadınların işveren olarak tercih edildiklerini ortaya koymaktadır. Çalışanların kadınları işveren olarak tercih etme nedenleri şöyle sıralanabilir (Demir, 2015, s. 1):

- Kadınlar, erkeklere göre daha dikkatlidirler.
- Kadınların öğretme yetisi erkeklere oranla daha gelişmiştir.
- Kadınlar erkeklere oranla değişimlere karşı daha az duyarlıdır. Yeni durumlara daha kolay adapte olabilmek özellikleri mevcuttur.

• Kadınlar yanında çalışanları motive etme ve çalışmaya teşvik etme hususunda erkeklere göre daha başarılıdır.

- Kadınlar erkeklere kıyasla yeni fikirlere daha açıktırlar.
- Kadınlar gözlem yeteneklerini iş yaşamına taşıma noktasında daha başarılıdır.

- Kadınlar çalışanlarıyla iletişim kurma noktasında erkeklere oranla daha başarılıdır.

2.4. KADINLARI GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNLENDİREN FAKTÖRLER

Kadınların iş kurma nedenlerini “itme ve çekme” faktörleri çerçevesinde değerlendirecek olursak; kadınlara yaşadığı ekonomik sorunlar, kadınlara uygun olmayan iş programları ve kadınların cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmalarını “iten faktörler” arasında değerlendirilebilir. Diğer ülkelerde yapılan çalışmalara bakıldığında, çalışan kadınların sayısındaki artışı işsizlik sorunlarıyla bağdaştıran araştırmalar yapma fırsatı elde edilmiştir. Kadınlar yaşadıkları ekonomik sorunlar nedeniyle girişimciliğe yönelmişlerdir. Esnek istihdam politikaları ve işçi çıkarımlarında özellikle kadınların tercih ediliyor olması kadınları küçük ölçekli işyeri sahibi olmaya yöneltmiştir. “Çeken faktörler” ise kadınların kendi hayatlarında bağımsız olma isteği, kendi işinin patronu olma arzusu, kendini gerçekleştirme ve aile ve iş ortamı arasındaki dengeyi kurma isteği şeklinde sıralanabilir. ABD’de yapılan bir araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin bağımsızlık arzusu, kendi kararlarını kontrol edebilme arzusu gibi nedenlerin çekme faktörlerine örnek gösterilmektedir. Bu kapsamda kadınlar, genel olarak girişimsel hedefleri doğrultusunda iş kurmakta, sadece çok az sayıda kadın ücretli çalışmada yaşanan cinsiyet ayrımından ötürü iş kurduğunu belirtmektedir (Yetim, 2002, s. 79-92).

2.4.1. Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler

Ekonomik krizler ve dolayısıyla yaşanan ekonomik küçülmeler ile birlikte hem devletin hem de işletmelerin işçi çıkarımları pek çok ülkede işsizliğe sebep olmaktadır. Özellikle kadınların iş yerinde fazlalık olarak görülmesi neticesinde kadınlar kendi işlerini kurmaya mecbur bırakılmıştır (Hughes, 2003, s. 437). Kadınları kendi işlerini kurmaya iten faktörler; çalışılan işin kişiyi memnun etmemesi, iş olanaklarının yetersizliği, yoğun çalışma saatleri, cinsiyetin yükselmeye engel teşkil etmesi gibi mecburiyetten kaynaklanan sorunlardır (Öztürk, 2016, s. 51).

Bu faktörlerden bir diğeri de eğitimidir. Eğitim Türkiye’de kadınların girişimci olma nedenleri arasında önemini korumaktadır. Ülkemizdeki kadın girişimlere bakıldığında iş kurma nedenlerinin eğitim düzeyi ile arasında sıkı bir ilişki olduğu gözlemlenmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise özellikle üniversite mezunu

kadınları girişimciliğe çeken, ilköğretim düzeyi mezunu kadınlar için iten faktörler geçerliliğini korumaktadır (Keskin, 2014, s. 84).

2.4.2. Kadınları Girişimci Olmaya Çeken Faktörler

Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörler; özgür olmak arzusu ve bağımsız bir gelire sahip olma isteği, bağımsızlık ve girişimci ruhu gibi kendini gerçekleştirme arzusundan ileri gelen faktörlerdir (Öztürk, 2016, s. 52).

Kadınları girişimci olmaya yönlendiren faktörlerin temeli kendini gerçekleştirme arzusudur. Yapılan çalışmalarda kadınların kendi işini kurma isteğinin kadınların elde ettikleri gelir seviyesine göre değişkenlik gösterdiği kanısına varılmıştır. Ekonomik yönden sıkıntı içindeki kadınlar için en önemli olgu gelir elde etmek olurken, ekonomik sıkıntıya sahip olmayan kadınlar için en büyük etken kendini gerçekleştirme arzusudur (Narin vd., 2006, s. 64). Dolayısıyla kendini gerçekleştirme isteği belli bir gelir düzeyinde olan kadınlar için geçerliliğini korumaktadır.

Bir diğer faktör ise; kadınların sosyal statü edinme isteğidir. Sosyal statü kişinin kendini diğer statü sahibi kişilerle kıyaslaması sonucunda yerinin nerede olduğunu belirlemesidir. Bunun sonucu olarak kadınlar ev veya aile gibi kişisel sorumluluklarının yanı sıra toplum içinde de kendini kabul ettirme çabasında bulunmakta ve bunu gerçekleştirmek için girişimci olma yoluna gitmektedirler (Gönüllü ve İçli, 2001, s. 86).

2.5. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmalarda genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunlardan farklı olarak, kadın girişimciler cinsiyet farklılıklarından doğan farklı sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Bedük, 2005, s. 113).

Kadın girişimciler cinsiyet farklılıklarından ötürü erkek girişimcilere göre birtakım problemlerle baş etmek durumundadırlar. Weiler ve Bernasek tarafından yapılan çalışmada, kadın girişimciliği için geçerli olan önemli iki engelden bahsedilmiştir. Bu bağlamda, birinci engel kadına yönelik yapılan cinsiyet ayrımcılığının eskiye göre azalmış olmasına rağmen, erkekler arasında işbirliğinin hala varlığını hissettirmesidir. İkinci önemli engel ise, kadınların sahip olduğu işletmelerin erkeklerin sahip oldukları işletmelere kıyasla daha küçük ölçeğe sahip olmasından ötürü gelişmemesidir. Girişimciliğin temelinde varolan erkek egemen yapı nedeniyle, kedi verenler, fon

sağlayanlar ve müşterilerin erkek olması sebebi ile kadın girişimciler finansman bulmada ve finansman kaynağına erişmede sıkıntı yaşamaktadırlar (Weiler ve Bernasek, 2001, s. 87).

Kadınlar erkeklere oranla daha fazla engellemeye ve toplumsal baskıya maruz kalmaları sebebiyle kamu ve özel sektörlerde elde ettiği ürünleri pazarlama olanağına, finansman kaynağı bilgisine, yani bir işletmenin kurulması ve idame ettirilebilmesi aşamasında gereken bilgilere ulaşmada erkeklere göre daha fazla zorlukla mücadele etmektedir (İlter, 2010, s. 84).

Kadın girişimciliği çerçevesinde tamamlayıcı düşünce yapısının sağlanamaması ve örgütlenme problemi, kurumsal farklılıklar ve kadınlara yönelik strateji geliştirme ile ilgili engeller kadın girişimciliğin gelişmesinin önündeki diğer sorunları teşkil eder (İş ve Meslek Sahibi Kadınlar Derneği, 2010, s. 10).

Kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları sorunları makro ve mikro sorunlar olarak değerlendirmek mümkündür.

2.5.1. Mikro Sorunlar

Mikro sorunlar, kadın girişimcilerin güvensizlik, tecrübesizlik, bilgisizlik, müşteri ile iletişimin zayıf olması ve iş yükü fazlalığı gibi sebepler mikro boyuttaki sorunları oluşturmaktadır (Kutanis ve Alpaslan, 2006, s. 65). Mikro sorunlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır:

2.5.1.1. Güvensizlik

Kadınların kendine güvenleri aldıkları riskin oranını belirlemektedir. Kendine güven duygusu girişimciyi başarıya götüren unsurlardan biridir. Bu nedenle girişimci kadının herşeyden önce kendine güven duyması önemlidir (Saray, 1993, s. 118).

2.5.1.2. Tecrübesizlik

Tecrübe zaman içerisinde kazanılan bilgi birikimini ifade eder. Girişimci kazandığı tecrübe sayesinde olası sorunların üstesinden kolaylıkla gelebilecek ve yeni durumlara daha kolay uyum sağlayabilecektir (Küçük, 2005, s. 46).

Toplumda bulunan yargılar veya gerek aile gerekse çocuk gibi nedenlerden ötürü kadınların mesleki eğitimlere gidememeleri, kadınların gerekli tecrübeyi kazanmalarını

engellemektedir. Bu da kadınların başarılı birer girişimci olmalarını ertelemektedir (Kutanis ve Alpaslan, 2006, s. 68). Dolayısıyla kadın girişimciler tecrübe sahibi oldukça işlerini büyütebilecek, yeni girişimcilere yol gösterebilecek ve yaratıcı fikirler geliştirebileceklerdir (Saray, 1993, s. 119).

2.5.1.3. Rol Çatışması

Ülkemizde erkek egemen toplum yapısının baskın olması, ev işleri, çocuk bakımı gibi konuların kadınlar tarafından üstlenilmesine sebep olmuştur. Aynı zamanda kadınlar ücretli çalışan olsa da ev ve aile yükümlülüklerini ifa etmekle yükümlüdürler. Kadınların sorumluluğunda olan bu görevler onların iş yaşamına yeterli zaman ayıramaması sonucunu doğurmuştur. Bu durum kadınların gelir sağlama faaliyetlerinde bulunma kapasitelerini zorlamaktadır (İlter, 2010, s. 87).

2.5.1.4. Cinsiyet Ayrımcılığı

Kadınların iş hayatını etkileyen bir diğer önemli unsur da cinsiyet ayrımcılığıdır. Kadınlar tarafından önem verilen annelik, aile ve eş sorumluluğu gibi olgular kadınlar için cinsiyete dayalı ayrımcılık konusunu gündeme getirmektedir. Bu sorunun bir sonucu olarak ücretlerde eşitsizlik, terfi etme olanağının sağlanmaması, görev paylaşımında ayrımcılık veya belli faaliyetlerden dışlanma gibi olumsuzlukların oluşmasını mümkün kılmaktadır (Gürol, 2000, s. 216-217).

İş yaşamında maruz kalınan cinsiyet ayrımcılığı tam olarak belli edilmeden uygulanmakta ve kadınlar genellikle cam tavan engeline takılmaktadırlar. Cinsiyet ayrımı toplumun gelenek ve göreneklerinden, erkek egemen yapısından kaynaklanmaktadır (İlter, 2010, s. 88).

2.5.2. Makro Sorunlar

Sermaye ve ürün temini, nitelikli işgücüne ulaşma, makine ve teçhizat temin, eğitim ekonomik dalgalanmalar gibi devlet, hukuki süreç ve sektörel koşullarla ilgili problemler makro sorunları oluşturmaktadır.

2.5.2.1. Eğitim Düzeyinin Yetersiz Olması

Kadınların yaşam standartlarını ve statüsünü arttıran ve kadınlara kişisel bağımsızlık sağlayan en önemli etken eğitim düzeyini arttırmaktır. Eğitim düzeylerinin artması ile iş hayatına atılan kadınlar, kariyerlerinde ilerleme gösterecek, aile ve toplum içinde saygınlığını ispatlayacak ve meslek hayatında en az erkekler kadar söz sahibi olacaklardır (Sipahi, 1997, s. 67).

2.5.2.2. Sermaye Temini

Hisrich ve Peters'in yapmış olduğu çalışmalarda erkek girişimciler girişim yapma aşamalarında ana sermayelerine ek olarak banka kredilerinden faydalanırken, kadınlar genellikle şahsi birikimlerini kullanma yoluyla girişimlerini gerçekleştirmeyi tercih etmişlerdir (Hisrich ve Peters, 2002, s. 76).

Kadınların sosyolojik ve ekonomik şartları, finans kaynaklarına erişmelerini sınırlamaktadır. Kadınların toplumsal sorumlulukları, teknik hizmetlerden faydalanmalarını sınırlamakta ve profesyonel iş yaşamına atılmalarını engellemektedir. Bu nedenle kadınlar genellikle düşük gelirli işleri tercih etmek durumunda kalmakta ve işlerini büyütecekleri bilgi ve birikimden yoksun kalmaktadırlar (İlter, 2010, s. 94).

2.6. ÜRETİMDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN YERİ

Kadınların girişimcilik mesleğine ilgi duyma sebepleri erkeklerinkinden farklı düşünülemez. Günümüzde pek çok kadın, kendini gerçekleştirme, bağımsızlık, yenilik ve yaratıcılık arzusu, risk almaya meyilli olma ve benzeri sebeplerden dolayı girişimcilik mesleğini diğer alternatif işlere tercih eder konumdadırlar (Güney, 2006, s. 25-43).

Kadın girişimciler ile erkek girişimciler kıyaslanadığında aralarında birtakım benzerlikler görülmesine rağmen bazı durumlarda ise farklılıklar görülmektedir. Örneğin; kadın girişimciler, iş kabiliyeti düzeyine, farklı güdülere ve geçmişten gelen bir mesleki yetkinliğe sahiptir. Erkek girişimciler ise, ilk işlerini 25-35 yaş arasında kurarken, kadın girişimcilerin iş kurmaları 35-45 yaş arasında gerçekleşebilmektedir. Erkek ve kadın girişimcilerin işlerini kurdukları sektörler de farklılık göstermektedir. Erkek girişimciler ilk işlerine imalat ve inşaat alanında başlarken, kadın girişimciler ise, eğitim, halkla ilişkiler, danışmanlık ve hizmet sektörü gibi alanlarda işlerine başlamışlardır (Yetim,

2002, s. 79-92). Kadınların daha çok tarım sektöründe, ikinci olarakta hizmet ve sanayi sektörlerinde yoğunlukları mevcuttur (Güney, 2006, s. 25-43).

Genel literatür taraması yapıldığında imalat sektöründe kadın girişimci oranları oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu sektörel bazda faaliyet gösteren kadınların genel itibariyle erkek ortak tercih ederek işlerini yürüttükleri belirlenmiştir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliği ve sektörel bazda dağılımlarını içeren çalışmaların oldukça sınırlı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bu durumun, gelişmekte olan ülkelerdeki kadın girişimcilerin konumunu ve hangi sektörlerle girişimciliklerini yönelttiklerini anlamada bir sorun oluşturduğunu ifade etmek doğrudur. Yapılan araştırmalarda kadınların hizmet üretimindeki yeri, ekonomik faaliyetlere iştirak etme oranlarının sınırlı olması, aile içi sorumluluklar , bu sorumluluklara bağlı tercihler ve aile içindeki erkeğin egemen olduğu ilişkiler ile açıklanmaya çalışılmıştır.

3.BÖLÜM

3. ÇALIŞMA ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE ÇORUM İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

3.1. LİTERATÜR TARAMASI

2017 yılında Yaşar'ın “Düzce İlinde Kadın Girişimcilik Profiline Değerlendirilmesi” isimli çalışmasında kadın girişimcilerin gerek iş kurarken gerekse iş kurma süreci sonrasında yaşadıkları sorunlar belirlenmeye çalışılmış ve bunlara çözüm önerisi olarak risk alma konusunda daha cesaretli davranmaları gerektiği, bürokratik işlemler konusunda yaşanan sıkıntılar adına destek sağlayan kurum ve kuruluşlardan yardım alarak bir çözüm önerisine gitmeleri, gelecek planları adına başka bir iş koluna yönelmek veya başka bir bölgeye yatırım yapmak gibi tercihlerde bulunmanın işletmenin geleceği adına verilen doğru kararlar olduğu sonucuna varılmıştır (Yaşar, 2017, s. 109:110).

Öztürk tarafından 2016 yılında gerçekleştirilen çalışmada Türkiye genelindeki kadın girişimcilerin genel profilinin çizilmesi, karşılaştıkları sorunlara çözüm getirilmesi ve bu engeller kaldırılırsa hem istihdam olanağı sağlanacağı dolayısıyla toplumun refah seviyesinin de artacağından bahsedilmiştir (Öztürk, 2016, s. 2-3).

Soysal tarafından 2013 yılında gerçekleştirilen “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme” konulu çalışmada kadınların sosyal ve ekonomik gelişmelerde potansiyel bir güç haline getirilmesi ve ekonomik hayatta erkeklerle beraber çalışmalarını sağlayacak proje ve öncelik verilmesi konuları mümkün olduğunca vurgulanmıştır. Bu çalışmada amaç, girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların karşılaştıkları engeller ve oluşturacakları fırsatları kuramsal bir çerçevede ele almak ve kadın girişimciliğinin toplumsal ve ekonomik hayatta yönettiği fırsatların ve öneminin, ülke ekonomisinin geliştirilmesinde ve istihdam yaratılmasında sağladığı katkıların ne derece kayda değer olduğu sonucuna varılmıştır (Soysal, 2013, s. 111).

Yetim, tarafından 2010 yılında gerçekleştirilen “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, konulu çalışmada sermayenin sosyal yapısı olarak, kadın girişimcilerin niteliklerinin ve yeterliliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Üzerinde araştırma yapılan 224 kadın girişimci Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlıdır.

Anket formu sosyal sermaye kaynaklarını hem iş kurma hem de sürdürme aşamasında harekete geçirerek girişimci nitelikleri ile bütünleştiren kadın girişimcilerle yüz yüze olarak yapılmıştır. Kadınlar şahsi sermayelerini ve borçlanarak elde ettikleri kaynakları girişimcilik faaliyetlerinde kullanmaktadırlar (Yetim, 2010, s. 79).

Verheul ve Ark tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen ülkeler bazında yapılan incelemede kadın ve erkek girişimcilerin etkisinde kaldığı faktörler General Entrepreneurship Monitor'un 29 ülke için hazırladığı raporlar temel alınarak irdelenmiştir. Yapılan bu çalışmalar sonucunda girişimcilik faaliyetinde bulunan kadın ve erkeklerin faaliyet oranlarına aynı faktörlerin aynı oranda etki yapmasına rağmen yaşam zevki ve işsizlik gibi değişkenlerin kadın ve erkek girişimciler üzerindeki etkilerinin daha farklı olduğu meydana çıkarılmıştır (Verheul, 2006, s. 261).

Kibas, tarafından 2005 yılında gerçekleştirilen araştırma dâhilinde girişimcilikte köy kadınlarının zorluk ve fırsatlar karşısındaki algıları ve girişimcilikteki başarıları incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda kadınların başarı faktörleri, işe giriş nedenleri mikro girişimciliğe başlamak için ellerindeki sahip oldukları fırsatlar ve bu tür girişimciliğe kalkışan kadınların karşılaştıkları zorlukların neler olduğu konularına cevap sunmuştur. Çalışma sonucunda kadınların girişimci olma sebeplerinin başında aile ihtiyaçlarının karşılanması ve kazancın tamamen ailelerine harcanması olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin başarılı olmasının arkasında yatan sebebin ise işe başlangıç ve devamında ailelerinden gördükleri desteğin çok önemli olduğu tespit edilmiştir. Karşılaştıkları zorlukların başında ise finans piyasası ve pazarlama durumları hakkında fazla bilgiye sahip olmadıkları ve yönetim konusunda da yeterli erişim ve tecrübelerinin olmadığı ortaya çıkmıştır (Kibas, 2005, s. 1).

Kutanis ve Hancı tarafından 2004 yılında gerçekleştirilen çalışmada girişimci kadınların sosyal hayat ve girişimlerinde kişisel özgürlüklerini kullanma ve algılamadaki derecelerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada hizmet sektöründe faaliyette bulunan yirmi beş kadın girişimci 'Yaşam Öyküsü Araştırması' yöntemiyle incelemiş ve çoğu kadın girişimcinin girişimci olma nedenlerinin kişisel özgürlük elde etmek olduğu, finansal destek konusunda yardım talep ettikleri, girişim faaliyetleri sırasında değişik sorunlara maruz kaldıkları, hedeflerinin çok büyük olduğu, kadınlarının çoğunun evli ve ailelerinin de kendilerinin arkasında olup destek verdikleri görülmüştür (Kutanis ve Hancı, 2004, s. 2).

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ

Araştırmada Çorum ilinde bulunan kadın girişimcilerin hem cinsiyete dayalı girişimci özelliklerinin ve niteliklerinin belirlenmesi, hem de üretim sektörü bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında Çorum ili içerisindeki kadın girişimcileri üretim sektörüne yönlendirmek adına önerilerde bulunulmuştur.

Hipotez, istatistik biliminde tesadüfi bir değişkenin dağılımı ile ilgili yapılan varsayımdır. Araştırmacının araştırdığı problemindeki değişkenlerin arasında olan ilişkilerden neler beklendiğini ifade etmek hipotezin görevidir. Sıfır (null) hipotezi H_0 olarak ifade edilir ve genelde fark olmadığı tezi üzerine kurulur. Alternatif hipotezler bu çalışmada test edilmiştir. Alternatif hipotezler istatistiksel analizler sonucunda kabul ya da ret edilen hipotezlerdir.

Bu açıklamalar sonucunda yapılan çalışma ile ilgili geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H₁ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H₂ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.

H₃ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H₄ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H₅ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin yabancı dil bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H₆ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterir.

H₇ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin iş hayatına giriş biçimine göre anlamlı farklılık gösterir.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, Kütle Basit Tesadüfi Örneklem yöntemi kullanılarak seçilen 61 kadın girişimciden oluşmaktadır. Örneklem kütlesi daha yüksek tutulmaya çalışılmış ancak

ilgili veriler KOSGEB il müdürlüğünden talep edilmiş fakat talebimiz 24/03/2016 tarih ve 6698 sayılı resmi gazetede yer alan “Kişisel Verilerin Korunması Kanunu” ile sınırlandırılmış olduğundan verilerin tablolastırılmış hâlinin ilgili birimlerden temini sağlanamadığı için analize dâhil edilen firmalarla ilgili veriler araştırmacının birebir ilişkilerine ve kişisel çabalarına dayanarak elde edilmiş ve analize tâbi tutulmuştur.

Araştırma doğrultusunda, mevcut bir durumu ortaya koymaya, bu mevcut durum üzerinde herhangi bir oynama yapılmadan, asıl haliyle ortaya çıkarılması amacıyla tarama modelinin kullanılması uygun görülmüştür. Araştırmanın nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi uygulanmıştır. Anket form verileri SPSS 21.0 veri analiz programı dâhilinde kullanılarak gerekli test ve analiz metotları uygulanmıştır.

3.4. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE VARSAYIMLARI

Araştırmanın evreni Çorum ili ile sınırlandırılmıştır. Anketi dolduran katılımcıların, demografik bilgileri ve anket sorularından oluşan ölçme araçlarını samimi ve doğru olarak yanıtlayacakları varsayılmıştır. Araştırmanın örnekleminin evreni uygun olarak yansıttığı varsayımlar arasındadır.

3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

65 madde ve 7 alt boyuttan meydana gelen 5’li likert ölçeğinin analiz gerçekleştirmek için yeterli olup olmadığı, örneklem hacminin boyutu ve verilerin tesadüfi dağılımının tespit edilmesi açısından güvenilirlik analizi kullanılmıştır. Analiz edilmesi öngörülen testlerin ya da ölçeklerin niteliklerini ve güvenilirliklerini tespit etmek üzere bu yöntem kullanılmaktadır. Cronbach’s Alpha (α) modeli ile ölçek üzerinde k sorunu eşit dağılımda bir bütünü içerip içermediği bilgisine ulaşılmıştır. Ölçeğin güvenilirliği alfa (α) katsayısı göz önünde bulundurularak şu şekilde yorumlanabilir: (Ercan ve Kan, 2004: 212);

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Anketteki her soruya verilen yanıtın dağılımını hesaplamak için Frekans analizi, likert tipi soruların ortalama değerlerini göstermek için ise Descriptive Analizi uygulanmıştır. Üretimde kadın girişimciliği ölçeğinin alt boyutları arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetini hesaplamak için Korelasyon Analizi'nden yararlanılmıştır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi veya bir değişkenin iki veya daha çok değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon analizinde amaç; değişkenlerden biri değiştiğinde diğer değişkenin ne yönde değiştiğini görmektir. Korelasyon analizi sonucunda, doğrusal ilişki olup olmadığı ve varsa bu ilişkinin derecesi korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değer alır. R değeri sıfırdan ne kadar uzaklaşırsa iki değişken arasındaki ilişkide gittikçe güçleşir. Korelasyon katsayısı r “+” değerli ise iki değişken arasında aynı yönde bir ilişki vardır. Eğer r katsayısı “-“ işaretli ise iki değişken arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

Kadın girişimciliğin öneminin araştırmaya katılanların demografik bilgilerine göre farklılık gösterip göstermediği T ve F testleri ile test edilmiştir.

T (Student) testi, iki örneklem grubu arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak amacıyla kullanılır. T testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup olmadığını belirler. T testi için sıfır hipotezi ve alternatif hipotezi aşağıdaki gibidir.

H₀ : İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

H₁ : İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

Eğer ikiden fazla grubun ortalamaları karşılaştırılacak ise F (Varyans) Testi uygulanır. İki den fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test eden F testinin hipotezi aşağıdaki gibidir.

H₀ : $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_N$ Yani ortalamalar arasında fark yoktur.

H₁ : Ortalamalardan en az ikisi arasında anlamlı fark vardır.

%95 güven düzeyinde yani $\alpha = 0,05$ anlamlılık ile test edilen F ve T testine göre anlamlılık sütununda bulunan değer $p < 0,05$ ise H₀ hipotezi red edilir. Aksi durumda $p > 0,05$ ise H₀ hipotezi kabul edilir.

Yukarıda belirtilen analizler aşağıda tablolar ve grafikler ile gösterilip test sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 3.5.1. Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	0,740	11
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	0,775	8
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	0,723	7
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	0,740	7
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	0,876	6
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	0,702	10
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	0,935	16

Güvenilirlik analizi tablosuna göre; “İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi” boyutu için güvenilirlik katsayısı $\alpha=0,740$ yani oldukça güvenilir, “İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi” boyutu için $\alpha=0,775$ yani oldukça güvenilir, “Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi” boyutu için $\alpha=0,723$ yani oldukça güvenilir, “İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi” boyutu için $\alpha=0,740$ yani oldukça güvenilir, “İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar” boyutu için $\alpha=0,876$ yani yüksek derecede güvenilir, “Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi” boyutu için $\alpha=0,702$ yani oldukça güvenilir ve “En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi” boyutu için $\alpha=0,935$ yani yüksek derece güvenilir düzeyde bulunmuştur.

Bu bağlamda örnek hacminin yapılacak analiz için oldukça uygun olduğu söylenebilir. Yani örnek tesadüfi dağılmıştır. Ölçeklerden soru çıkarmamıza ya da soru sayısını arttırmamıza uygun değildir.

Tablo 3.5.2. Çorum Kadın Girişimciler Demografik Bilgiler Tablosu

DEMOGRAFİK BİLGİLER		FREKANS (n)	YÜZDE	TOPLAM
MEDENİ DURUMU	EVLİ	41	%67,2	61/100
	BEKAR	20	%32,8	
YAŞ DAĞILIMI	25 Yaş Altı	3	%4,9	61/100
	25-29 arası	9	%14,8	
	30-34 arası	12	%19,7	
	35-39 arası	14	%23	
	40 ve üzeri	23	%37,7	
ÇOCUK SAHİBİ OLMA DURUMU	EVET	45	%73,8	61/100
	HAYIR	16	%26,2	
EĞİTİM DURUMU	İLKÖĞRETİM	4	%6,6	61/100
	LİSE	26	%42,6	
	ÖNLİSANS	7	%11,5	
	LİSANS	21	%34,4	
	LİSANSÜSTÜ	3	%4,9	
YABANCI DİL BİLGİSİ	BİLİYOR	26	%43,3	61/100
	BİLMİYOR	35	%56,7	

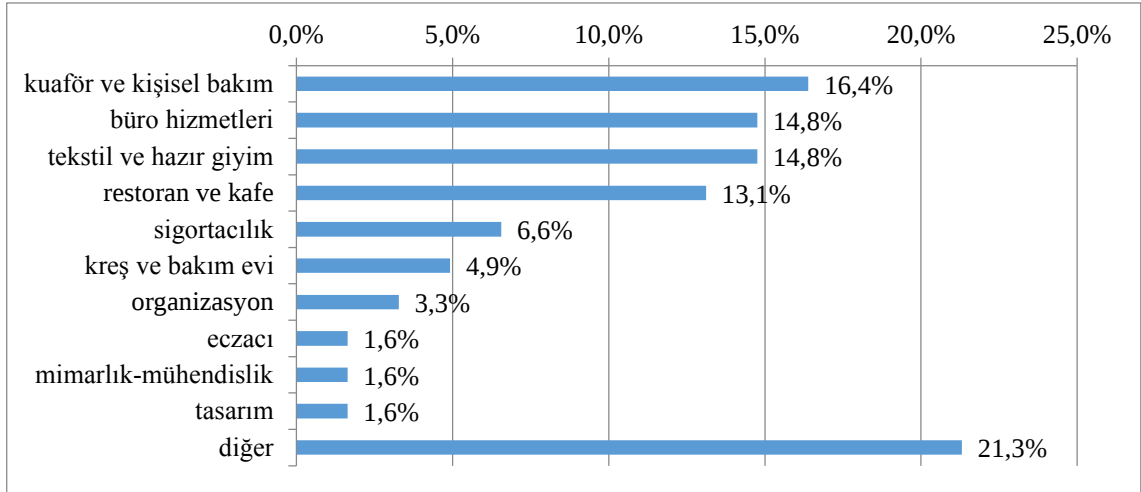
Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %67,2'sini evliler, %32,8'ini de bekârlar oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %4,9'unu 25 yaş ve altı, %14,8'ini 25-29 yaş aralığı, %19,7'sini 30-34 yaş aralığı, %23'ünün 35-39 yaş aralığı ve %37,7'sini 40 yaş ve üzeridekiler oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan girişimcilerin %73,8'inin çocuğu varken, %26,2'sinin çocuğu yoktur.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eğitim durumlarına bakıldığında %6,6'sının ilköğretim, %42,6'sının lise ve dengi, %11,5'inin önlisans, %34,4'ünün lisans ve %4,9'unun lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %43,3'ü yabancı dil bildiğini belirtirken %56,7'si yabancı dil bilmediğini belirtmektedir.



Şekil 3.1. Sektör

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin sektörlerine bakıldığında %16,4'ünün kuaför ve kişisel bakım, %14,8'inin büro hizmetleri, %14,8'nı tekstil ve hazır giyim, %13,1'inin restoran ve kafe sektöründe hizmet verdiği görülmektedir.

Tablo 3.5.3. İşletmenin Hizmet Süresi

Hizmet Süresi	Kişi Sayısı	Oran (%)
1 yıldan az	3	4,9
1-5 yıl arası	23	37,7
6-10 yıl arası	17	27,9
11-15 yıl arası	5	8,2
16-20 yıl arası	1	1,6
20 yıldan fazla	12	19,7
Toplam	61	100,0

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet sürelerine bakıldığında %4,9'unun 1 yıldan daha az, %37,7'sinin 1-5 yıl, %27,9'unun 6-10 yıl, %8,2'sinin 11-15 yıl, %1,6'sının 16-20 yıl aralığında ve %19,7'sinin 20 yılın üzerinde hizmet verdiği görülmektedir.

Tablo 3.5.4. İş Hayatına İlk Giriş Biçimi

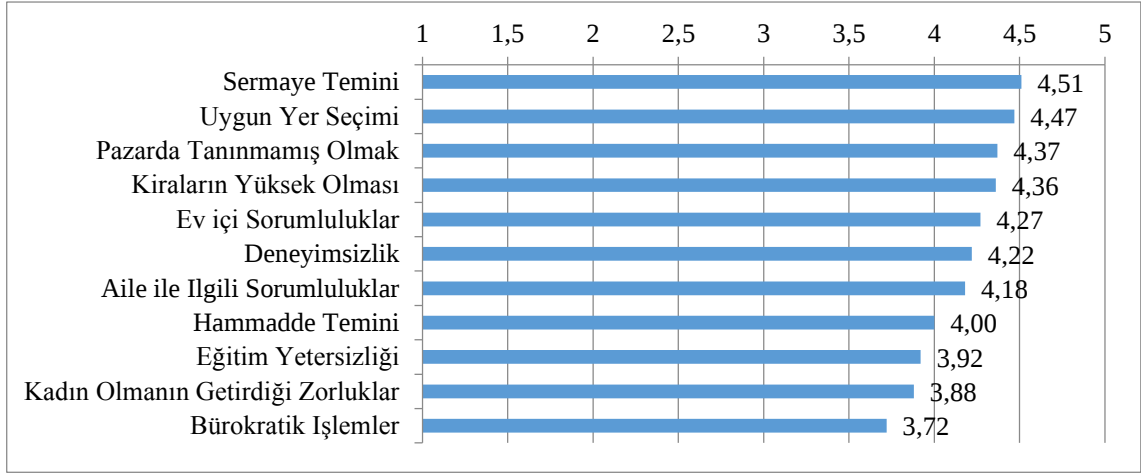
İş Hayatı	Kişi Sayısı	Oran (%)
İş hayatına ilk defa girişimci olarak başladım	24	40,7
Özel sektörde başka alanda çalıştım	18	27,1
Aynı işi ücretli yaptım	19	32,2
Toplam	61	100,0

Kadın girişimcilerin %40,7'si iş hayatına ilk defa girişimci olarak başlamıştır. Özel sektörde başka alanda çalışarak başlayanların oranı %27,1 iken aynı işi ücretli olarak yapanların oranı da %32,2'dir.

Tablo 3.5.5. İşletmeye Yönelik İfadeler

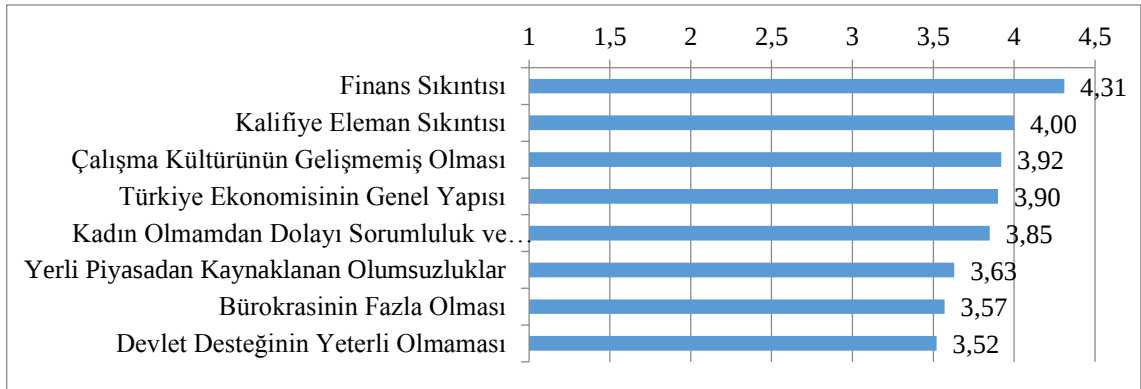
		Evet	Hayır
Sektöre atılırken profesyonel yardım aldınız mı?	f	25	34
	%	42,4	57,6
Çalışanlarınıza eğitim veriyor ya da verdiriyor musunuz?	f	38	22
	%	63,3	36,7
İşlerinizde internetten faydalaniyor musunuz?	f	57	3
	%	95,0	5,0
İşletmenizin web sayfası var mıdır?	f	35	25
	%	58,3	41,7
İşyerinizde yetiştirilmek üzere eleman alıyor musunuz?	f	45	13
	%	77,6	22,4

Kadın girişimcilerin %42,4'ü sektöre atılırken profesyonel yardım alırken %57,6'sı profesyonel yardım almamıştır. Çalışanlarına eğitim veren ya da verdiriyor olanların oranı %63,3'tür. İşletmelerin %95'i internetten faydalanmakta, %58,3'ünün de web sayfası bulunmaktadır. İşletmelerin %77,6'sı da yetiştirilmek üzere eleman almaktadır.



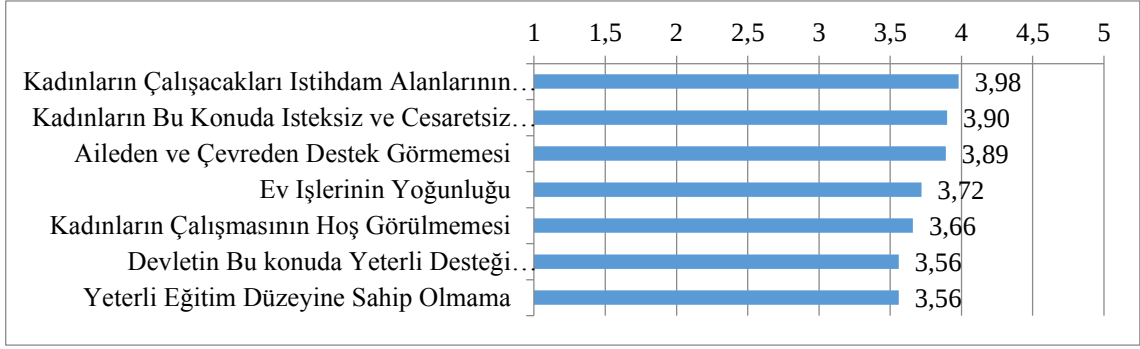
Şekil 3.2. İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntılar

Kadın girişimcilerin iş kurarken karşılaştığı en önemli sıkıntı sermaye temini (4,51) olmuştur. Uygun yer seçimi (4,47) ikinci en önemli sıkıntı olurken, pazarda tanınmamış olmak (4,37) üçüncü en önemli sorun olmuştur.



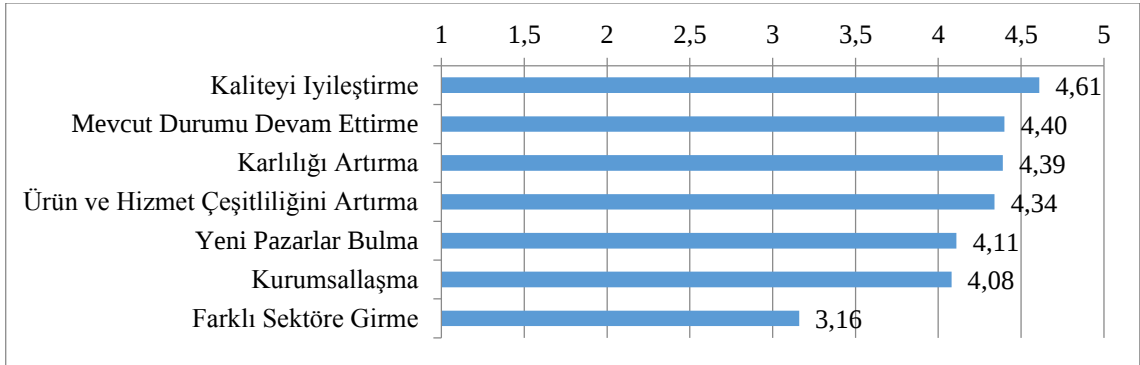
Şekil 3.3. İşletmede Yaşanan Sorunlar

İşletmelerde yaşanan en önemli sıkıntı finans sıkıntısıdır (4,31). Finans sıkıntısını daha sonra sırasıyla kalifiye eleman sıkıntısı (4,00), çalışma kültürünün gelişmemiş olması (3,92), Türkiye ekonomisinin genel yapısı (3,90) üçüncü sırada yer almaktadır.



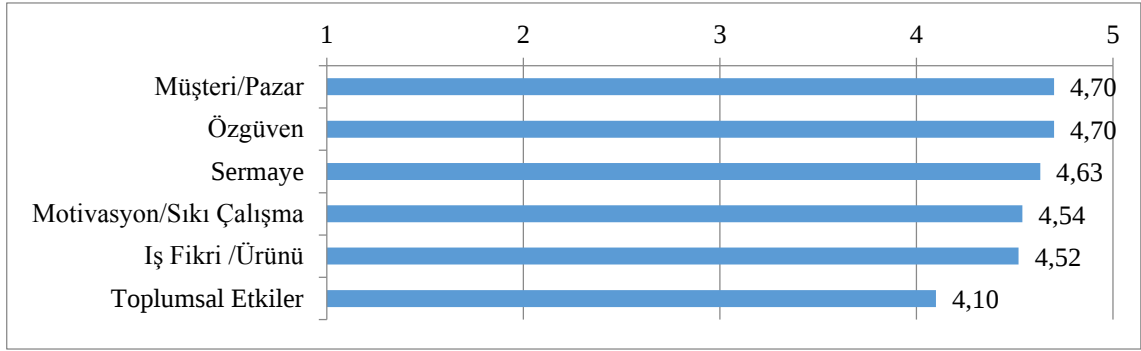
Şekil 3.4. Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılamama Sebepleri

Kadınların çalışacakları istihdam alanların yetersiz olması (3,98) kadın girişimcilerine göre kadınların çalışma hayatına katılamamasının en önemli nedenidir. Kadınların girişimcilikte isteksiz ve cesaretsiz olması (3,90) ve aileden ve çevreden destek gelmemesi (3,89) kadınların çalışma hayatına girememesinin diğer önemli sebepleri olarak görülmektedir.



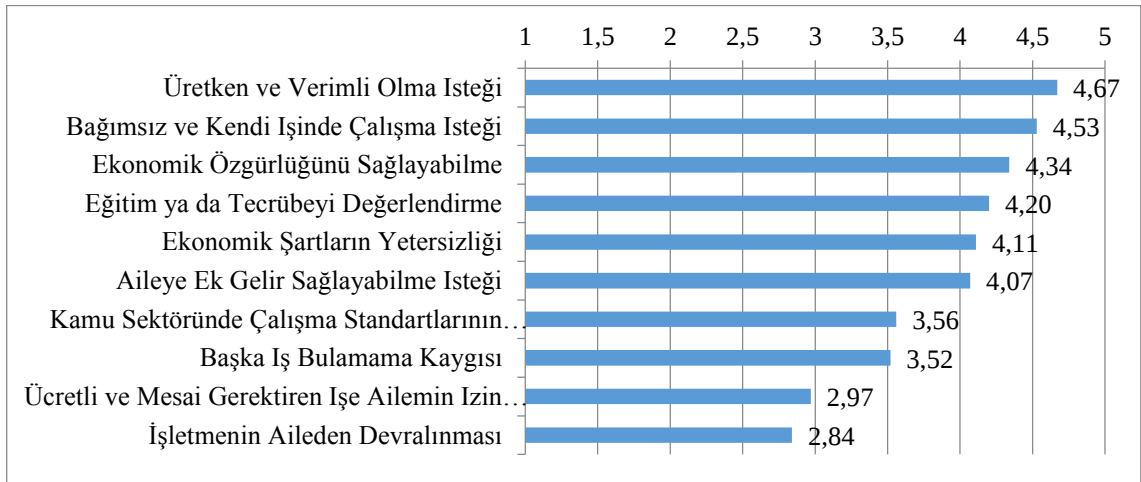
Şekil 3.5. İşletmelerin Geleceğe Yönelik Planları

İşletmelerin geleceğe yönelik en önemli planı 4,61 ortalama puan ile kaliteyi iyileştirmek olarak düşünülmektedir. Mevcut durumu devam ettirme (4,40) ve karlılığı artırma (4,39) diğer önemli unsurlardır.



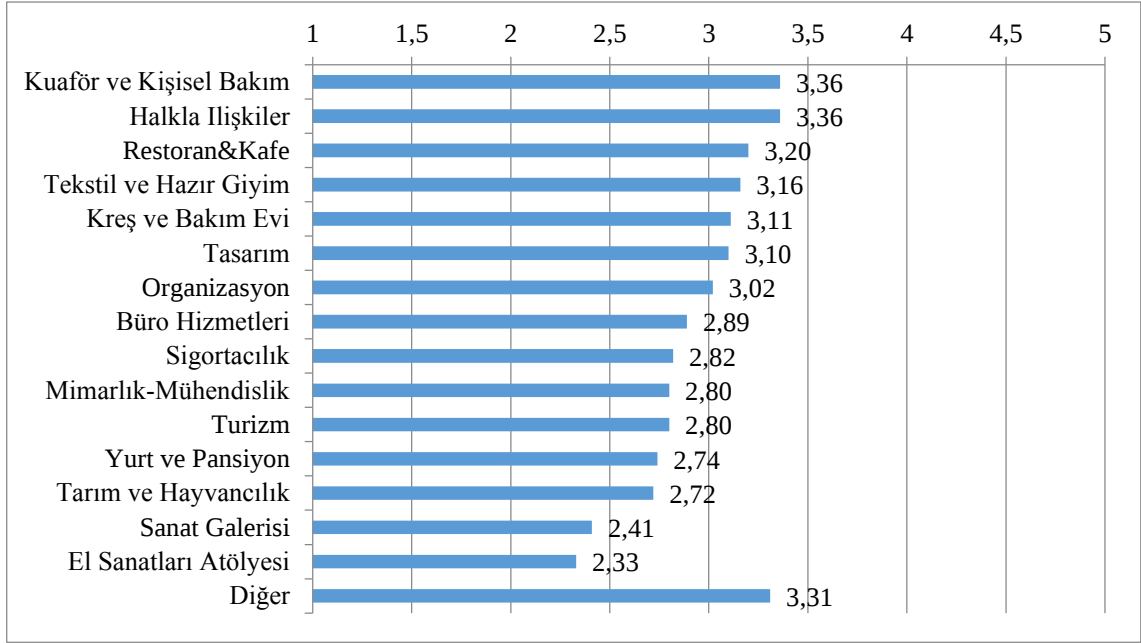
Şekil 3.6. İş Kurlmak ve Başarılı Olmak İçin Unsurlar

Kadın girişimcilere göre iş sahibi olmak ve bu işte verimli ve başarılı olmak için en önemli unsur müşteri/pazar (4,70) ve özgüvendir (4,70). Sermaye (4,63), motivasyon (4,54) ve iş fikri/ürün de oldukça önemli görülmektedir.



Şekil 3.7. Girişimci Olmadaki Faktörler

Üretken ve verimli olma isteği (4,67) kadın girişimcilerin girişimci olmasındaki en önemli faktördür. Bağımsız ve kendi işinde çalışma isteği (4,53) ikinci en önemli faktör, ekonomik özgürlüğünü sağlayabilme (4,34) üçüncü en önemli faktör olmuştur.



Şekil 3.8. En Uygun Yatırım Alanları

Kadın girişimcilere göre en uygun yatırım alanı kuaför ve kişisel bakım (3,36) ve halkla ilişkiler (3,36) alanlarıdır. Bunları sırasıyla restoran/kafe (3,20), tekstil ve hazır giyim (3,16), kreş ve bakım evi (3,11), tasarım alanları (3,10) izlemektedir.

Tablo 3.5.6. Girişimcilik Boyutları Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi

		İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntılar	r	1						
	P							
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	r	,692(**)	1					
	P	,000						
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	r	,542(**)	,590(**)	1				
	P	,000	,000					
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	r	,447(**)	,405(**)	,420(**)	1			
	P	,000	,001	,001				
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	r	,509(**)	,474(**)	,494(**)	,422(**)	1		
	P	,000	,000	,000	,001			
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	r	,455(**)	,372(**)	,486(**)	,238	,296(*)	1	
	P	,000	,003	,000	,065	,020		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	r	,426(**)	,531(**)	,431(**)	,512(**)	,202	,225	1
	P	,001	,000	,001	,000	,118	,082	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizine göre tüm korelasyon değerleri pozitif yönlü bulunmuştur. Yani girişimcilik boyutları arasında aynı yönlü bir ilişki vardır. İş kurarken karşılaşılan sıkıntılar arttıkça işletmelerde yaşanan sıkıntının önemi de artmakta, kadın girişimcilerin çalışma hayatına katılmama sebeplerinin önemi de artmakta, işletmenin geleceğe yönelik planlarının önemi, iş kurmak ve işte başarılı olmanın önemi, girişimci olmadaki faktörlerin önemi ve en uygun yatırım alanlarının önemi de artmaktadır.

Tablo 3.5.7. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Medeni Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Medeni Durum	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	Evli	41	4,1644	,47711	-,213	0,832
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Bekar	20	4,1909	,41387		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	Evli	41	3,9103	,54263	1,468	0,147
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	Bekar	20	3,7063	,43163		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Evli	41	3,8043	,55101	,972	0,335
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Bekar	20	3,6500	,64302		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Evli	41	4,1823	,60524	,545	0,588
	Bekar	20	4,1000	,42757		
	Evli	41	4,5447	,59631	,180	0,858
	Bekar	20	4,5167	,51838		
	Evli	41	3,9648	,47346	1,969	0,050
	Bekar	20	3,7033	,51355		
	Evli	41	3,0078	1,03557	,656	0,514
	Bekar	20	2,8294	,90864		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

H₁ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Girişimci olmadaki faktörlerin önemi evli girişimcilerde (3,9648) bekar girişimcilere göre (3,7033) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin $p=0,050 \leq 0,05$ olmasından dolayı girişimci olmadaki faktörler için H₀ hipotezi red edilir. Yani, girişimci olmadaki faktörlerin önemi kadın girişimcilerin medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer faktörler için anlamlılık değerlerinin $p>0,05$ olmasından dolayı diğer faktörler kadın girişimcilerin medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Tablo 3.5.8. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Yaş	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	25-29 arası	9	4,3333	,40401	2,784	0,050
	30-34 arası	12	4,0303	,41267		
	35-39 arası	17	4,3918	,35726		
	40 ve üzeri	23	4,0348	,49514		
	Toplam	61	4,1664	,45527		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	25-29 arası	9	3,9444	,50432	,517	0,672
	30-34 arası	12	3,7500	,44274		
	35-39 arası	17	3,9605	,44465		
	40 ve üzeri	23	3,8043	,59571		
	Toplam	61	3,8525	,51277		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	25-29 arası	9	3,7778	,80214	1,002	0,399
	30-34 arası	12	3,6190	,30048		
	35-39 arası	17	3,9592	,37349		
	40 ve üzeri	23	3,6698	,65757		
	Toplam	61	3,7459	,56877		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	25-29 arası	9	4,1587	,51232	,485	0,694
	30-34 arası	12	4,1548	,53264		
	35-39 arası	17	4,2755	,55318		
	40 ve üzeri	23	4,0455	,60872		
	Toplam	61	4,1412	,55911		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	25-29 arası	9	4,4630	,43921	2,152	0,104
	30-34 arası	12	4,4167	,53418		
	35-39 arası	17	4,8571	,24335		
	40 ve üzeri	23	4,4420	,67907		
	Toplam	61	4,5402	,55348		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	25-29 arası	9	3,9444	,40654	,385	0,765
	30-34 arası	12	3,8250	,50114		
	35-39 arası	17	3,9786	,50563		
	40 ve üzeri	23	3,8271	,49638		
	Toplam	61	3,8814	,47946		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	25-29 arası	9	3,3819	,80249	2,371	0,081
	30-34 arası	12	2,3153	,91923		
	35-39 arası	17	3,0846	1,18955		
	40 ve üzeri	23	2,9688	,91265		
	Toplam	61	2,9257	1,00793		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **yaşına** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

H₂ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **yaşına** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

İş kurarken karşılaşılan sıkıntıların önemi 35-39 yaş arası kadın girişimcilerde (4,3918) en yüksek düzeyde algılanmış, 30-34 yaş arası kadınlarda ise (4,0303) diğer girişimcilere göre biraz daha düşük düzeyde algılanmıştır. Anlamlılık değerinin $p=0,050 \leq 0,05$ olmasından dolayı iş kurarken karşılaşılan sıkıntıların önemi için H_0 hipotezi red edilir. Yani, kadın girişimcilerin iş kurarken karşılaştığı sıkıntılar yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer boyutlar için anlamlılık değerlerinin $p>0,05$ olmasından dolayı diğer boyutla için H_0 kabul edilir. Yani önem düzeyleri kadın girişimcilerin yaşına göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 3.5.9. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Çocuk Sahibi Olma Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Çocuk Var mı?	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	Evet	45	4,1397	,47487	-	0,339
	Hayır	16	4,2670	,38779	0,963	
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Evet	45	3,9016	,52121	1,497	0,140
	Hayır	16	3,6797	,47207		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	Evet	45	3,7963	,53648	0,958	0,342
	Hayır	16	3,6339	,69979		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	Evet	45	4,1598	,59702	0,105	0,917
	Hayır	16	4,1429	,41074		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Evet	45	4,5259	,58921	-	0,827
	Hayır	16	4,5625	,51953		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Evet	45	3,9079	,49694	0,756	0,453
	Hayır	16	3,7979	,50910		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Evet	45	2,9519	1,05933	0,034	0,973
	Hayır	16	2,9419	,80142		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

H₃ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Tüm girişimcilik faktörleri için anlamlılık değerlerinin $p > 0,05$ olmasından dolayı tüm faktörler için H₀ hipotezi kabul edilir. Yani, girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Tablo 3.5.10. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	İlköğretim	8	4,2318	,70502	0,286	0,753
	Lise ve dengi	32	4,1420	,42801		
	Lisans ve lisansüstü	21	4,0260	,43190		
	Toplam	61	4,1297	,45065		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	İlköğretim	8	3,9375	,97093	0,648	0,530
	Lise ve dengi	32	3,7308	,44257		
	Lisans ve lisansüstü	21	3,5714	,47794		
	Toplam	61	3,7230	,51212		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	İlköğretim	8	3,6071	,75930	0,129	0,879
	Lise ve dengi	32	3,7738	,63622		
	Lisans ve lisansüstü	21	3,7755	,45816		
	Toplam	61	3,7561	,60571		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	İlköğretim	8	4,7143	,34993	2,218	0,124
	Lise ve dengi	32	4,0678	,58059		
	Lisans ve lisansüstü	21	4,0612	,66933		
	Toplam	61	4,1364	,60047		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	İlköğretim	8	4,4167	,68718	0,500	0,611
	Lise ve dengi	32	4,4551	,67587		
	Lisans ve lisansüstü	21	4,7143	,36911		
	Toplam	61	4,5000	,62485		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	İlköğretim	8	4,1250	,45000	0,374	0,691
	Lise ve dengi	32	3,9316	,40433		
	Lisans ve lisansüstü	21	3,9429	,45774		
	Toplam	61	3,9547	,41105		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	İlköğretim	8	3,3813	,90493	1,008	0,375
	Lise ve dengi	32	2,7833	,92416		

Lisans ve lisansüstü	21	2,5851	,86388
Toplam	61	2,8105	,91233

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

H₄ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Girişimcilik faktörlerinin kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değerlerinin $p > 0,05$ olmasından dolayı tüm faktörler için H_0 hipotezi kabul edilir. Yani, girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Tablo 3.5.11. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Yabancı Dil Bilme Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Yabancı Dil	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	Biliyorum	26	4,2308	,34901	1,003	0,320
	Bilmiyorum	35	4,1127	,51658		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Biliyorum	26	4,0096	,35518	2,491	0,016
	Bilmiyorum	35	3,6933	,56750		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	Biliyorum	26	3,8407	,60922	1,150	0,255
	Bilmiyorum	35	3,6674	,55423		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	Biliyorum	26	4,1612	,47007	0,246	0,807
	Bilmiyorum	35	4,1261	,60175		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Biliyorum	26	4,7115	,43091	2,261	0,027
	Bilmiyorum	35	4,3873	,62593		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Biliyorum	26	3,7385	,54851	-	0,075
	Bilmiyorum	35	3,9683	,43361	1,813	
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Biliyorum	26	2,9657	1,07684	0,278	0,782
	Bilmiyorum	35	2,8940	,91794		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **yabancı dil bilme durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

H₅ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin yabancı dil bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

İşletmede yaşanan sıkıntıların öneminin algısı İngilizce bilen kadın girişimcilerde (4,0096) yabancı dil bilmeyen kadın girişimcilerden (3,6933) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değeri $p=0,016<0,05$ olmasından dolayı işletmede yaşanan sıkıntıların önemi için H_0 hipotezi red edilir. Yani, işletmelerde yaşanan sıkıntıların öneminin algısı kadın girişimcilerin İngilizce bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

İř kurmak ve işte başarılı olabilmenin önem algısı İngilizce bilen kadın girişimcilerde (4,7115) İngilizce bilmeyen kadın girişimcilerden (4,3873) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değeri $p=0,027<0,05$ olmasından dolayı bu boyut için H_0 hipotezi red edilir. Yani, iř kurmak ve işte başarılı olmanın önem algısı kadın girişimcilerin İngilizce bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer boyutlar için anlamlılık değeri $p>0,05$ olmasından dolayı diğer boyutlarda H_0 hipotezi kabul edilir. Yani önem düzeyleri kadın girişimcilerin İngilizce bilme durumuna göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 3.5.12. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin İşletmenin Hizmet Süresine Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Hizmet Süresi	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	1-5 yıl arası	25	4,2423	,36235	0,314	0,815
	6-10 yıl arası	19	4,1283	,38309		
	11-15 yıl arası	5	4,2000	,56187		
	20 yıldan fazla	12	4,2624	,53044		
	Toplam	61	4,2088	,41758		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	1-5 yıl arası	25	3,8315	,46863	1,805	0,157
	6-10 yıl arası	19	3,7941	,33929		
	11-15 yıl arası	5	3,8500	,54054		
	20 yıldan fazla	12	4,1726	,59593		
	Toplam	61	3,8938	,48087		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	1-5 yıl arası	25	3,7391	,55270	0,153	0,928
	6-10 yıl arası	19	3,8235	,52375		
	11-15 yıl arası	5	3,8857	,64206		
	20 yıldan fazla	12	3,8433	,67637		
	Toplam	61	3,7991	,56607		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	1-5 yıl arası	25	4,2236	,48316	1,681	0,182
	6-10 yıl arası	19	4,0364	,55978		
	11-15 yıl arası	5	3,8286	,55696		
	20 yıldan fazla	12	4,3810	,61921		
	Toplam	61	4,1662	,55249		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	1-5 yıl arası	25	4,6449	,41226	0,115	0,951
	6-10 yıl arası	19	4,5490	,50265		
	11-15 yıl arası	5	4,6000	,48016		
	20 yıldan fazla	12	4,5833	,72300		
	Toplam	61	4,5994	,50969		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	1-5 yıl arası	25	3,8391	,46782	0,617	0,607
	6-10 yıl arası	19	3,8882	,48590		
	11-15 yıl arası	5	4,1800	,20494		
	20 yıldan fazla	12	3,9250	,68639		
	Toplam	61	3,9018	,50762		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	1-5 yıl arası	25	2,8591	,90502	4,309	0,009
	6-10 yıl arası	19	2,5319	1,01415		
	11-15 yıl arası	5	2,8875	1,44320		
	20 yıldan fazla	12	3,7855	,64391		
	Toplam	61	2,9590	1,02576		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermez.

H₆ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterir.

En uygun yatırım alanlarının önemi ile ilgili algı düzeyi işletmesi 20 yıldan uzun süredir hizmet veren kadın girişimcilerde (3,7855) diğer kadın girişimcilere göre daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin $p=0,009<0,05$ olmasından dolayı yatırım alanlarının önemi için H₀ hipotezi red edilir. Yani, en uygun yatırım alanlarının önem algısı kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer faktörler için anlamlılık değerlerinin $p>0,05$ olmasından dolayı diğer faktörler için H₀ hipotezi kabul edilir. Yani, diğer faktörlerin önem düzeyi kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 3.5.13. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin İş Hayatına Giriş Biçimine Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	İş Hayatına Başlangıç Biçimi	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
	Girişimci olarak başladım	24	4,3043	,39119		
İş Kurarken	Özel sektörde başka alanda	16	3,9818	,49392	2,496	0,092
Karşılaşılan	çalıştım					
Sıkıntıların Önemi	Aynı işi ücretli yaptım	19	4,1603	,47445		
	Toplam	59	4,1705	,45924		
	Girişimci olarak başladım	24	3,9926	,42415		
İşletmede Yaşanan	Özel sektörde başka alanda	16	3,6563	,48197	2,489	0,092
Sıkıntıların Önemi	çalıştım					
	Aynı işi ücretli yaptım	19	3,7500	,59073		
	Toplam	59	3,8232	,51091		
	Girişimci olarak başladım	24	3,7798	,50196		
Kadın Girişimcilerin	Özel sektörde başka alanda	16	3,6071	,57735	,546	0,582
Çalışma Hayatına	çalıştım					
Katılmama	Aynı işi ücretli yaptım	19	3,7895	,66559		
Sebeplerinin Önemi	Toplam	59	3,7361	,57438		
	Girişimci olarak başladım	24	4,2798	,46811		
İşletmenin Geleceğe	Özel sektörde başka alanda	16	3,9583	,66641	1,672	0,197
Yönelik	çalıştım					
Planlarının Önemi	Aynı işi ücretli yaptım	19	4,1203	,53296		
	Toplam	59	4,1412	,55427		
	Girişimci olarak başladım	24	4,5903	,53834	,778	0,464

İş Kurmak ve İşte Başarılı	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	4,3750	,74660		
Olabilmek İçin	Aynı işi ücretli yaptım	19	4,5789	,44572		
Önemli Unsurlar	Toplam	59	4,5282	,57415		
	Girişimci olarak başladım	24	3,9000	,45588		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	3,7701	,60074	,733	0,485
	Aynı işi ücretli yaptım	19	3,9684	,41640		
	Toplam	59	3,8868	,48535		
	Girişimci olarak başladım	24	2,9532	1,03617		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	2,9784	,78429	,192	0,826
	Aynı işi ücretli yaptım	19	2,7928	1,09747		
	Toplam	59	2,9084	,98244		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **iş hayatına giriş biçimine** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

H₇ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **iş hayatına giriş biçimine** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

Girişimcilik faktörlerinin kadın girişimcilerin iş hayatına giriş biçimine göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değerlerinin $p > 0,05$ olmasından dolayı tüm faktörler için H₀ hipotezi kabul edilir. Yani, girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **iş hayatına giriş biçimine** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

SONUÇ

Son yıllarda kadınlar iş hayatında daha aktif bir şekilde yer alarak toplumsal refah seviyesini arttırmakta, aynı zamanda ekonomik ve sosyal yaşamı daha verimli ve etkin hale gelmesinde rol oynamaktadır. Özellikle kadının hırslı, kararlı ve azimli bir tavır sergilemesi onu erkeğe bağımlı olmaktan kurtararak hem toplumdaki seviyesini güçlendirmekte hem de ekonomik bağımsızlık sağlamasına imkân vermektedir. Girişimcilik özelliği ise kadına bu olanakları sağlayan en önemli kavramdır. Girişimcilik yönüyle kadın bir yandan ekonomik olanaklar, toplumsal fayda, aile istihdamı ve kendi ayakları üzerinde durabilme gibi özellikleri ile cinsiyet ayrımcılığının beraberinde getirdiği önyargıları ve sorunları kendi lehine çevirebilme olanağına sahip olurken, diğer yandan maddi ve manevi kazanımlar elde etmektedirler.

Girişimci olarak çalışma yaşamına dâhil olan kadın, cinsiyetinden ötürü iş ve toplumsal hayatın erkek egemen düzene sahip şartları içerisinde yaşamını sürdürmeye çalışmaktadır. Ancak son yıllarda kadınların iş hayatlarında karşı cinse oranla başarı oranlarında artış söz konusudur. Bunun sebebi olarak erkeklerle aralarında bilgi ve deneyim farkının gün geçtikçe azalması ve yapılarının bir getirisi olarak olaylara daha duyarlı ve sakin bakabilmeleri, insan ilişkilerinde daha etkin olmaları gösterilebilir.

Bu kapsamda sosyal ve ekonomik öneme sahip olduğu öngörülen girişimci kadınların kaynak optimizasyonu, beşeri ilişkilerde etkin olma ve çalışma yaşamında edinilen tecrübelerin verimli aktarılması gibi özelliklere sahip olması onları girişimcilik bağlamında bir üst seviyeye taşıyacaktır.

Kadın girişimcilik oranlarında seviye yükselmekle birlikte istenilen orana henüz ulaşamamıştır. Kadınların iş yaşamında yer almasının önünün açılması adına KOSGEB'in sağlamış olduğu "Girişimcilik Desteği" nde cinsiyetten ötürü pozitif ayrımcılık yapılmaktadır. Bununla beraber kadın girişimcilerin gelişimine destek veren sivil toplum kuruluşlarının da genel anlamda bir takım faaliyetleri bulunmaktadır.

Girişimciliğin geliştirilmesi adına Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)'nda girişimcilik olgusunun erken çağlarda aşılması ile bilinçlenme sağlanması, eğitim sistemi içerisine de girişimcilik kültürünün dâhil edilmesi, sadece ticaret, sanayi ve hizmet sektörlerinde değil, tarım ve üretim sektörlerinde de girişimciliğin yaygınlaştırılması esas alınmıştır.

Bu bağlamda Çorum ili bakımından imalat sektöründeki girişimciler üzerine bir değerlendirme yapıldığında TÜİK verilerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda Çorum Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü tarafından 2018 yılında yapılan bir piyasa analiz çalışması bize yol gösterici olacaktır. Bu araştırma mevcut istihdam seviyesini ortaya çıkarmak, işgücü piyasasındaki dalgalanmaları öngörerek ileri safhalarda bu duruma yönelik stratejiler geliştirmek ve açık iş oranının yüksek olduğu iş sektörüne yönelmek açısından önem kazanmaktadır.

2018 yılında yapılan bu İşgücü Piyasası Analiz Çalışması sonucunda ilimizde açık işlerin meslek gruplarına göre dağılımı incelendiğinde bu oranın en fazla imalat ve toptan perakende ticaret sektöründe yoğunlaştığı görülmüştür. Buradan çıkaracağımız sonuca göre Çorum ilinde en çok üretim sektöründe işgücü açığı bulunmaktadır. Özellikle kadın girişimcilerin tarım ve hizmet sektörüne yoğunlaşması, kadınların üretim sektöründeki işgücü açığını daha da arttırmaktadır. Bu raporda temininde güçlük çekilen yani ihtiyaç duyulan işgücünün imalat sektöründe yoğunlaşmasının sebepleri arasında ilk sırada yeterli mesleki donanımına sahip eleman bulunamaması gösterilmiştir. Kadın girişimcileri bu alana yönlendirmek için aktif işgücü politikaları üretmek ve gereken mesleki yeterliliğe sahip olmaları adına bir takım teşvik ve destekleyici tutumların sergilenmesi gerekmektedir. Bu şekilde hem ülke genelinde kadın girişimci sayısında artış sağlanmakla birlikte üretim gibi önemli bir sektörde işgücü açığının kapatılması mümkün olmaktadır.

Bu çalışmada hizmet üretiminde kadın girişimciliğinin yeri, Çorum ili baz alınarak belirlenmeye ve bu hususta değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla kütle basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak 61 kadın girişimci seçilmiş ve çalışma nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılarak desteklenmiştir. Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 veri analiz programı dahilinde kullanılarak gerekli test ve analiz metodları uygulanmıştır.

Çalışmanın teorik kısmında, genel anlamda üretim ve girişimcilik kavramlarından bahsedilmiş, üretim ve girişimcilik ilişkisi üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde ise, kadın girişimcilik ve hizmet üretiminde kadın girişimciliğinin yeri konularına değinilmiştir.

Çalışmanın pratik kısmında ise ulaşılan kadın girişimcilere hazırlanan anketler ulaştırılmış ve toplanan sonuçlar değerlendirilmiştir. Çalışmamızda ölçülmek istenen nokta kadınların demografik özelliklerinin girişimcilik üzerindeki etkileri, girişimcilik

faktörlerinin önem düzeyi, kadın girişimcilere göre sektörel bazda en uygun yatırım alanlarının belirlenmesi ve hizmet üretimine olan yoğunluğun belirlenmesidir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda anket çalışması yapılan kadın girişimcilerin sektörlerine bakıldığında kuaför ve kişisel bakım, büro hizmetleri ve restoran gibi hizmet sektörleri üzerinde yoğunlaştığı söylenebilir. Bunun yanı sıra üretken ve verimli olma isteği, bağımsız olma ve kendi işyerinde çalışma arzusu, ekonomik özgürlüğe ulaşabilme gibi sebepler kadınların girişimci olmalarında etkin faktörler olarak nitelendirilebilir.

Kadınların yatırım kararlarında sabırlı davranmaları, katlanılabilir risk üstlenme yönleri ile girişimcilikte daha az başarısızlık göstermişlerdir. Buna karşılık kadınların finansal açıdan eksiklikler veya teknik bilgi yetersizlikleri kadın girişimcilerin girişimcilik boyutunda olumsuz yönlerini oluşturmaktadır.

İstihdam seviyesi sektörel bazda incelendiğinde, bu dağılımın illerin temel ekonomik faaliyetlerinin bir göstergesi sayılabileceği öngörülmektedir. Kadın girişimciler genellikle hizmet sektörüne yönelmektedir. Bunu sebebi olarak başlangıç olarak düşük sermayeye ihtiyaç duyulması, işe giriş kısıtlamalarının az olması gibi gerekçeler gösterilebilir. Hizmetler sektörünü sanayi ve tarım sektörü takip etmektedir. Bu genelleme Çorum ili için de geçerlidir.

Özetle ifade etmek gerekirse hem ülkemiz hem de Çorum ili açısından kadın girişimcileri istihdama katkısını sağlamak önemlidir. Üretim sektörünün de ne denli önemli olduğu bilindiği üzere kadın girişimcileri bu sektöre yönlendirmek, KOSGEB gibi çeşitli kurumlar aracılığı ile finansal yönden desteklenmek ve kadın girişimcilere yönelik pozitif ayrımcılık çerçevesinde stratejiler izlemek kadın girişimcilerin istihdama katkıda bulunmasına sebebiyet vermektedir. Kadın girişimciliğine destekte bulunan ve özendiren stratejilerin kadın girişimcilerin örgütlenme seviyelerine yönelik olması daha uygundur. Bu sebeple kooperatifçiliğin yaygınlaştırılması ekonomik üretime kadınların da katılmalarını teşvik eder ve kırsal kalkınmada önemli bir rol üstlenir. Kadınlar arasındaki dayanışma ve beraber hareket etme yetisinin geliştirilmesi, kadınların güçlenmesi ve nüfuz etme becerilerinin arttırılması, cinsiyetten kaynaklanan sorunların önüne geçilmesi, sürdürülebilir kalkınma ve refah seviyesinin yükseltilmesi kooperatifçilik ile mümkün olmaktadır. Bu yönüyle kooperatifçilik faaliyeti de kadınların üretim sektörüne katılımında rol üstlenmektedir.

Dolayısıyla genel olarak kadınlara yönelik teşvik politikaları, çeşitli kurum ve kuruluşlarca kadın girişimciliğinin desteklenmesi, kooperatifçiliğin yaygınlaştırılması

gibi etmenler ile Çorum ilindeki kadın girişimcileri üretim alanına yönlendirmek, üretimdeki yoğun işgücü açığının bir nevi azalmasına sebebiyet verecektir.

KAYNAKÇA

- Acar, N. (1998). *Üretim Planlaması Yöntem Ve Uygulamaları*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Alkan, M. (2014). *Girişimcilerin Girişimcilik, İnovasyon Yapma İnovatif Düşünce Ve İnovatif Girişimcilik Düzeylerinin İncelenmesi*, 2, 1-26.
- Anderson, C. ve Schneier, C. (1978). Locus of Control, Leader Behavior and Leader Performance Among Management Students. *The Academy of Management Journal*, 4.(21), 36-37; 690-698.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Atık, S. (2002). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 3, 38-48.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 102-117.
- Barbato, R., Demartino, R. ve Jacques, P. (2009, Spring). The Entrepreneurial Motivations Of Nonemployer Entrepreneurs. *New England Journal Of Entrepreneurship*, 1(12), 33-44.
- Başar, M. (2013). *Girişimcilik içinde Ünite 1: Girişimcilik ve Girişimcilik Süreçleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Bedük, A. (2005). Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 106-117.
- Bozkurt, Ö., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012, Ocak). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 229-247.
- Büyükkeklik, M. (2007). *Üretim Planlama Problemlerinde Doğrusal Programlama Modellerinin Kullanımı: Bir Üretim İşletmesinde Uygulama*, (Yüksek Lisans Tezi), Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Casson, M., Yeung, B., Basu, A. ve Wadeson, N. (2006). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Great Britain : Oxford University Press.
- Cici, E. N. (2013). *Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Çelik , A. ve Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler* . Ankara: Nobel Yayınevi.
- Çetin, C. (1996). *Yeniden Yapılandırma-Girişimcilik ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Çetin, M. (2013). Erzincan Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı Ve Girişimcilik Profili. *Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Muğla, 570-590.

- Demir, N. (2015). Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik* (315).
- Dhillon, P. (1993). *Women Entrepreneurs: Problems and Prospects*. New Delhi: Blaze .
- Dilsiz, İ. ve Kölük, N. (2005). *Girişimcilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dinçer, Ö. (1999). *İşletme Yönetimine Giriş*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Ecevit, Y. (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi. *Kadın girişimciliğin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Semineri*. (74), 30-35
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans ilişkisine Kültürel Yaklaşım. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*(2), 43-61.
- Erktürk, E. (2015). *Girişim İlham Kaynakları*. Startup Doğan Burda Dergi Yayıncılık.
- Gökakın, Z. (2000). *Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye'de Girişimci Kadın Profili*. Nevşehir: 8. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı.
- Gönüllü, M. ve İçli, G. (2001). Çalışma Yaşamında Kadınlar: Aile ve Ev İlişkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 81-100.
- Gusseanova, D. (2015). *Sosyal Girişimcilik Olgusu Ve Bir Örnek Olay İncelemesi*, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Güney, S. (2006). Kadın Girişimciliğine Genel Bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 25-43.
- Gürdoğan, N. (2008). *Girişimcilik Ve Girişim Kültürü*. İstanbul: İgiad Yayınları.
- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye 'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Güzel, M. (2010). *Ekonomi ve Üretim İlişkisi*. Araştırma-Ekonomi ve Üretim İlişkisi.
- Hisrich, D. R. (2002). *Entrepreneurship, USA*: McGraw Hill Higher Education.
- Hisrich, R., & Peters, M. (1998). *Entrepreneurship*. New York: Irwin Mc Graw Hill.
- Hughes, K. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry Into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and Organization*, 10(4), 437-438.
- İlter, B. (2010). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- İrmiş, A., & Barutçu, E. (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini Ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 1-2.
- İş ve Meslek Sahibi Kadınlar Derneği. (2010). *Konya Saha Çalışması Raporu*.
- Kağnıcıoğlu, H., Aydın, S., Hasgül, S. ve Anagün, S. (2012). *Üretim Yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları

- Karalar, R., Özalp, İ., Maviş, F., Geylan, R., Tenekecioğlu, B., Şahin, M. ve Aydın, N. (2006). *Genel İşletme*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 84.
- Kobu, B. (2008). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayın
- Kurt, S., & Savrul, M. (2016). “Girişimcilik Faaliyetlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Nascent Örneği”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 341-355.
- Kutaniş, R. ve Alpaslan, S. (2006). Girişimci ve Yönetici Kadınların Profili Farklı Mıdır? *Afyon Kocatepe Üniversitesi İBF Dergisi*, 8(2), 139-153.
- Küçük , O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 21-28.
- Landström, H. (2005). *Pioneers In Entrepreneurship And Small Business Research*. Springer Science.
- Mungan, S. (2013). *Kadın Girişimcilik Değerleri İle Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Narin, M., Maşrap, A., & Gürol, M. A. (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslar arası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1), 69.
- Nayır, D. Z. (2008). İş Ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil Ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 631-650.
- Odabaşı, Y. (2005). *Girişimcilik*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Özdevicioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik Ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(32), 81-95.
- Özkul, G. (2007). Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(12), 343-366.
- Özkul, G. ve Dulupçu, M. (2007). Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 89.
- Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.
- Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Rajavel, S. (2016). “Challenges of Women Entrepreneurs”. *Primax International Journal of Commerce and Management Research*, 12-14.

- Rauch, A. ve Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings . In C.L. Cooper & I.T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 101-142.
- Russell, S. ve Taylor, W. (1995). *Production and Operations Management Focusing on Quality and Competitiveness*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Saray, G. (1993). Türkiye’de Kadın Girişimciliği, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli. *Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi*, Ankara, 117-125.
- Sinanoğlu Koç, E. (2005). *Kadın Girişimciler Kavramı ve Serbest Meslek Mensubu Kadın Girişimcilere İlişkin Konya İlinde Uygulamalı Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sipahi, E. (1997). *Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Smith, N. ve Miner, J. (1983). “Type of Entrepreneur, Type of Firm, And Managerial Motivation: Implications for Organisational Life Cycle Theory. *Strategic Management Journal*(4), 225-240.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.
- Soysal, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi*, 65(1), 84-114.
- Takay, B. A., Tüzün, İ. K., Kıral, S., Çiftçi, S. ve Batum, U. (2014). *Ankara’da Kadın Girişimciliği Örnekler Ve Yol Haritası, Ekim 2014 Araştırmalar Serisi-2*, Ankara: Ankara Kalkınma Ajansı.
- Tekin, M. (2005). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik*. Konya: Günay Ofset.
- Tekin, M. (2012). *Üretim Yönetimi*. Konya: Günay Ofset.
- Tosunoğlu, T. (2003). *Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri*, (Doktora Tezi), Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TÜSİAD. (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*. TÜSİAD Yayınları.
- Üreten , S. (2002). *Üretim / İşlemler Yönetimi Stratejik Kararlar Ve Karar Modelleri*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Üreten, S. (1998). *Üretim / İşlemler Yönetimi Planlama ve Denetim Kararları, Karar Modelleri ve İyileştirme Yaklaşımları*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Weiler, S. ve Bernasek, A. (2001). Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. *The Social Science Journal*, (38), 85-103.
- Yamak, O. (1999). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Yaşar, F. (2017). *Düzce İlinde Kadın Girişimcilik Profiline Belirlenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Düzce: Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış; Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, 2(2), 79-92.
- Yörük, D. ve Ağca, V. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(8), 155-173.

EKLER

EK-1

ANKET FORMU

Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalında eğitimimi yüksek lisans düzeyinde devam ettirmekteyim. Bu anket “Üretimde Kadın Girişimciliğin Yeri ve Çorum İli Üzerinde Bir Değerlendirme” konulu yüksek lisans tezimde kullanılacaktır. Aşağıdaki anket formunu doldurmanızı rica ederim. Saygılarımla

Ş. Ayça ŞENÖZ

KİŞİSEL BİLGİLER

1. Medeni durumunuz:

- ☐ Evli
☐ Bekar

2. Yaşınız:

- ☐ 25 yaş altı
☐ 25-29 arası
☐ 30-34 arası
☐ 35-39 arası
☐ 40 ve üzeri

3.Çocuk sahibi olma durumu:

- ☐ Evet Çocuğum Var
☐ Hayır Çocuğum Yok

4. Eğitim durumunuz:

- ☐ Okur-Yazar
☐ İlköğretim
☐ Lise ve dengi
☐ Önlisans
☐ Lisans
☐ Lisansüstü

5.Yabancı dil bilgisi

- ☐ Yabancı Dil Biliyorum
☐ Yabancı Dil Bilmiyorum

6.Sektör:

- ☐ Tekstil ve Hazır Giyim
☐ El Sanatları Atölyesi
☐ Tarım ve Hayvancılık
☐ Mimarlık-Mühendislik
☐ Kuaför ve Kişisel Bakım
☐ Halkla İlişkiler
☐ Organizasyon
☐ Sanat Galerisi
☐ Büro Hizmetleri
☐ Tasarım
☐ Kreş ve Bakım Evi

- () Restoran & Kafe
 () Sigortacılık
 () Turizm
 () Yurt ve Pansiyon
 () Diğer

7. İşletmenizin hizmet süresi:

- () 1 yıldan az () 1–5 yıl arası () 6-10 yıl arası () 11-15 yıl arası () 16-20 yıl arası () 20 yıldan fazla

8. İş hayatına ilk giriş biçimi:

- () İş hayatına ilk defa girişimci olarak başladım
 () Özel sektörde başka alanda çalıştım
 () Aynı işi ücretli yaptım

EK-2

GİRİŞİMCİLİK SORULARI

Aşağıda 8 başlık altında toplanan kadın girişimciliği ve alt unsurlarını içeren soruları önem durumuna göre cevaplayınız.

İşletme Yönelik Sorular	Evet	Hayır
Sektöre atılırken profesyonel yardım aldınız mı?		
Çalışanlarınıza eğitim veriyor ya da verdiriyor musunuz?		
İşlerinizde internetten faydalaniyor musunuz?		
İşletmenizin web sayfası var mıdır?		
İşyerinizde yetiştirilmek üzere eleman alıyor musunuz?		

İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önem Sırası	Kesinlikle Önemli Değil	Önemli Değil	Kararsızım	Önemli	Kesinlikle Önemli
Sermaye Temini					
Bürokratik İşlemler					
Eğitim Yetersizliği					
Deneyimsizlik					
Uygun Yer Seçimi					
Kadın Olmanın Getirdiği Zorluklar					
Kiraların Yüksek Olması					

Ev içi Sorumluluklar					
Pazarda Tanınmamış Olmak					
Hammadde Temini					
Aile ile İlgili Sorumluluklar					
İşletmede Şu Anda Yaşanan Sıkıntıların Önem Sırası					
Çalışma Kültürünün Gelişmemiş Olması					
Yerli Piyasadan Kaynaklanan Olumsuzluklar					
Devlet Desteğinin Yeterli Olmaması					
Kadın Olmaktan Dolayı Sorumluluk ve Baskının Fazla Olması					
Bürokrasinin Fazla Olması					
Kalifiye Eleman Sıkıntısı					
Finans Sıkıntısı					
Türkiye Ekonomisinin Genel Yapısı					
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önem Sırası					
Kadınların Çalışacakları İstihdam Alanlarının Yetersizliği					
Kadınların Bu Konuda İsteksiz ve Cesaretsiz Olması					
Devletin Bu konuda Yeterli Desteği Göstermemesi					
Kadınların Çalışmasının Hoş Görülmemesi					
Aileden ve Çevreden Destek Görmemesi					
Yeterli Eğitim Düzeyine Sahip Olmama					
Ev İşlerinin Yoğunluğu					
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önem Sırası					
Farklı Sektöre Girme					
Mevcut Durumu Devam Ettirme					
Yeni Pazarlar Bulma					
Ürün ve Hizmet Çeşitliliğini Artırma					
Kurumsallaşma					

Karlılığı Artırma					
Kaliteyi İyileştirme					
Bir İş Kurmak ve Bu İşte Başarılı Olabilmek İçin En Önemli Unsur					
Motivasyon/Sıkı Çalışma					
İş Fikri /Ürünü					
Müşteri/Pazar					
Toplumsal Etkiler					
Sermaye					
Özgüven					
Girişimci Olmanızdaki Faktörlerin Önem Sıralaması					
Kamu Sektöründe Çalışma Standartlarının Bana Uygun Olmaması					
Ücretli ve Mesai Gerektiren İşe Ailemin İzin Vermemesi					
Aileye Ek Gelir Sağlayabilme İsteği					
İşletmenin Aileden Devralınması					
Ekonomik Özgürlüğünü Sağlayabilme					
Bağımsız ve Kendi İşinde Çalışma İsteği					
Eğitim ya da Tecrübeyi Değerlendirme					
Ekonomik Şartların Yetersizliği					
Başka İş Bulamama Kaygısı					
Üretken ve Verimli Olma İsteği					
En Uygun Yatırım Alanlarının Önem Sıralaması					
Tekstil ve Hazır Giyim					
El Sanatları Atölyesi					
Tarım ve Hayvancılık					
Mimarlık-Mühendislik					
Kuaför ve Kişisel Bakım					
Halkla İlişkiler					

Organizasyon					
Sanat Galerisi					
Büro Hizmetleri					
Tasarım					
Kreş ve Bakım Evi					
Restoran&Kafe					
Sigortacılık					
Turizm					
Yurt ve Pansiyon					
Diğer					

