



**T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT BİLİM DALI**

**YEREL KALKINMADA KADIN GİRİŞİMCİLERİN ROLÜ:
NİĞDE ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Didem BALKAYA**

**Niğde
Aralık, 2020**

T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

YEREL KALKINMADA KADIN GİRİŞİMCİLERİN ROLÜ:
NİĞDE ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Didem BALKAYA

Danışman :Doç. Dr. Filiz KUTLUAY TUTAR

Üye : Prof. Dr. Erdinç TUTAR

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Arif İĞDELI

Niğde
Aralık,2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Yerel Kalkınmada Kadın Girişimcilerin Rolü: Niğde Örneği” Başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ve akademik kurallar çerçevesinde tez yazım kılavuzuna uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiği ve çalışmanın içinde kullandıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım/..../.... (tarih)

(imza)

Öğrencinin Adı ve Soyadı

Didem BALKAYA

ÖN SÖZ

“Yerel Kalkınmada Kadın Girişimcilerin Rolü: Niğde Örneği” başlıklı yüksek lisans bitirme tezimde Niğde ilinde KOSGEB destekli kadın girişimcilerin durumu analiz edilerek yerel kalkınmaya olan etkileri incelenmiş ve yaşadıkları sorunlara çözüm önerileri sunulmuştur.

Bu çalışmanın yürütülmesi sırasında desteğini esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Filiz TUTAR ve eşi Prof. Dr. Erdinç TUTAR’a teşekkürlerimi sunarım.

Yoğun çalışmalarım sırasında beni yalnız bırakmayan annem Sergül ve babam Metin’e, her zaman bana motivasyon kaynağı olan kardeşlerim M. Musab ve Nuh’a, çalışmalarım sırasında manevi desteği ile yanımda olan arkadaşım Gizem YILDIRIM’a sonsuz teşekkür ederim.

Didem BALKAYA

Aralık - 2020

ÖZET
YÜKSEK LİSANS TEZİ

YEREL KALKINMADA KADIN GİRİŞİMCİLERİN ROLÜ: NİĞDE ÖRNEĞİ

Didem BALKAYA
İktisat Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Filiz TUTAR
Kasım,2020

Dünya nüfusunun yarısından fazlasını oluşturan kadınların istihdamı erkeklere oranla daha düşük seviyelerdedir. Kadınların istihdam olanaklarının artırılması, ekonomik kalkınmayı hızlandıracak en büyük etkilerden biridir. Ülkemiz son yıllarda kadınları işgücüne daha çok dahil etmek adına birçok faaliyet gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetlerden biri de KOSGEB'in kadınlara girişimcilik alanında verdiği desteklerdir. Bu çalışmada Niğde ilinde KOSGEB destekli kadın girişimciler ile çalışma koşulları, girişimleri süresince yaşadıkları olumsuzluklar, verilen desteklerin yeterlilik oranı araştırılmıştır. Girişimcilerle yüz yüze görüşmeler yapılmış ve anket formu uygulanmıştır. Sonuç olarak verilen eğitim ve desteklerin yetersiz olduğu, iş kurarken sermaye temininde çok zorlandıkları ve kadın girişimcilerin hem işte hem de evde çalışmak zorunda kalmalarından dolayı zorlandıkları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, İstihdam, Yerel Kalkınma, Kalkınma

ABSTRACT
MASTER'S THESIS

**THE ROLE OF WOMEN ENTREPRENEURS IN LOCAL DEVELOPMENT: THE
NİĞDE EXAMPLE**

Didem BALKAYA
Department of Economic
Thesis Advisor: Doç. Dr. Filiz TUTAR
December, 2020

Employment of women, who constitutes more than half of the world's populations are lower levels than men. Increasing employment opportunities for women are one of the effects that will accelerate economic development. Recently, our country has been carrying out many activities to include women in the workforce more. One of these activities is the support provided by KOSGEB to women in the field of entrepreneurship. In this study, working conditions with women entrepreneurs who are supported by KOSGEB, their problems during their attempts and the adequacy ratio of the supports provided has been investigated in Niğde. Face-to-face interviews were held with entrepreneurs and questionnaires were applied. As a result, it has been determined that the training and provided support are insufficient, they have difficulties in obtaining capital while establishing a business and women entrepreneurs have difficulties because they have to work both at work and at home.

Key Words: Entrepreneurship, Women's entrepreneurship, employment, Local development, Development

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	I
ÖZET	II
ABSTRACT	III
İÇİNDEKİLER	IV
TABLolar DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VIII
EKLER DİZİNİ	VIII
KISALTMALAR ve SEMBOLLER	IX

GİRİŞ

1.BÖLÜM

YEREL KALKINMA – GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.1 Yerel Kalkınma Ve Aktörleri	4
1.1.1 Teşvik Uygulaması.....	5
1.1.2 Organize Sanayi Bölgesi(OSB)	6
1.1.3 Tekno Parklar	7
1.1.4 Yerel Yatırımlar	7
1.1.5 Bölgesel Kalkınma Ajansları.....	9
1.1.6 Merkezi İdari Ve Kamu Yatırımları	11
1.1.7 Belediyeler.....	11
1.1.8 Girişimcilik.....	13
1.1.8.1 Girişimci.....	13
1.1.8.1.1 Girişimcinin Özellikleri.....	15
1.1.8.2 Girişimcilik Türleri.....	17
1.1.8.2.1 İç Girişimcilik.....	18
1.1.8.2.2 Sosyal Girişimcilik	18
1.1.8.2.3 Kamusal Girişimcilik.....	19
1.1.8.2.4 Eko Girişimcilik Ve Sürdürülebilir Girişimcilik.....	20
1.1.8.2.5 Sanal Girişimcilik	20
1.1.8.2.6 Stratejik Girişimcilik	21
1.1.8.2.7 Akademik Girişimcilik	21
1.1.8.3 Kadın Girişimciliği	23
1.1.8.3.1 Kadın Girişimci Çeşitleri.....	26
1.1.8.3.1.1 Geleneklere Dayalı Kadın Girişimci Modeli ..	26
1.1.8.3.1.2 Aileci Kadın Girişimci Modeli	26
1.1.8.3.1.3 Yenilikçi Kadın Girişimci Modeli	27
1.1.8.3.1.4 Köktenci Kadın Girişimci Modeli	27

2. BÖLÜM

DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ, ÖRNEKLERİ VE KARŞILAŞTIRMASI

2.1 Dünyada Kadın Girişimciliği Ve Tarihi.....	29
2.2 Türkiye'de Kadın Girişimciliği Ve Tarihi.....	29
2.3 Uluslararası Örgütlerin Ve Bazı Kurumların Kadın Girişimciliğe Yönelik Faaliyetleri	33
2.4 Avrupa Birliği Ve Ülkelerde Cinsiyet Eşitsizliğine Karşı Uygulamalar	35
2.4.1 Avrupa Birliği.....	35
2.4.2 Fransa	36

2.4.3	Hollanda	36
2.4.4	Avusturya	37
2.4.5	Hindistan.....	37
2.4.6	İtalya	37
2.5	Dünyada Ve Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Örnekleri	38
2.5.1.	Demet Mutlu Üçok – Trendyol	38
2.5.2.	Gamze Cizreli – Bigchefs	38
2.5.3.	Oprah Winfrey — Harpo Productions	38
2.6	Dünyada ve Türkiye’de İstihdamda Cinsiyet Ayrımı	39
2.7	Dünyada Ve Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Mevcut Durumunun Karşılaştırılması	43
2.8	Dünyada Ve Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Özelliklerinin Karşılaştırılması	47

3.BÖLÜM

KOSGEB DESTEKLİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN İNCELENMESİ: NİĞDE

İLİ ÖRNEĞİ

3.1.	Kadın Girişimcilik İle İlgili Literatür Taraması	49
3.2.	Niğde İli Demografik ve Sosyal Özellikleri.....	52
3.3.	Analiz Ve Yöntem.....	54
3.4.	Anket Sonuçlarının İncelenmesi Ve Değerlendirilmesi.....	54
3.4.1.	Bulgular ve Yorumlar.....	54
3.5.	Sonuç.....	80
KAYNAKÇA.....		94
EKLER.....		102

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1: Geleneksel-Yerel Ekonomik Kalkınmanın Temel Farklılıkları	4
Tablo 2: Girişimciliğin Temelini Oluşturan Özellikler	14
Tablo 3: Bir Girişimcinin Temel Özellikleri	15
Tablo 4: Dört Temel Kadın Girişimci Modeli	27
Tablo 5: Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Gelişmesine Katkı Sağlayan Kurumlar..	32
Tablo 6: Seçilen Ülkelerde İstihdam Oranları	39
Tablo 7: Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı (2016-2018)Yıllar	43
Tablo 8: Bazı Ülkeler Ait Kadın Girişimcileri Oranları (2019)	44
Tablo 9: Dünya ve Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Benzerlik Ve Farklılıkları	47
Tablo 10: Niğde KOSGEB 2019-2023 Stratejik Planlama Raporu Girişimcilik Analiz Sonuçları.....	53
Tablo 11: Tanımlayıcı Özellikler	54
Tablo 11: Girişimci Olma Neden/Nedenleriniz Nelerdir?	56
Tablo 12: Kendinizi Hangi Kişisel Özellikler İle Tanımlıyorsunuz?	58
Tablo 13: İşinizi Kurarken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?	60
Tablo 14: İşinizi Yürütürken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?	61
Tablo 15: İfadeler	62
Tablo 16: Çeşitli değişkenler	64
Tablo 17: Sermayenizi Temin Ettiğiniz Araçlar Nelerdir?	65
Tablo 18: Kadın Girişimci Olmanın Avantajları Nelerdir?	66
Tablo 20: Yaş ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki	68
Tablo 21: Yaş ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki	69
Tablo 22: Yaş ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki	69
Tablo 23: Yaş ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	70
Tablo 24: Yaş ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	70
Tablo 25: Yaş ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki	71
Tablo 26: Yaş ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki	71
Tablo 27: Yaş ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki	72
Tablo 28: Yaş ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki	72
Tablo 29: Eğitim Durumu ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki	73
Tablo 30: Eğitim Durumu ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki.....	73
Tablo 31: Eğitim Durumu ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki	74

Tablo 32: Eğitim Durumu ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	74
Tablo 33: Eğitim Durumu ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	75
Tablo 34: Eğitim Durumu ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki	75
Tablo 35: Eğitim Durumu ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki	76
Tablo 36: Eğitim Durumu ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki	76
Tablo 37: Eğitim Durumu ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki	77
Tablo 38: Medeni Durum ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki	77
Tablo 39: Medeni Durum ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki	78
Tablo 40: Medeni Durum ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki	78
Tablo 41: Medeni Durum ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	79
Tablo 42: Medeni Durum ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	79
Tablo 43: Medeni Durum ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki	80
Tablo 44: Medeni Durum ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki	80
Tablo 45: Medeni Durum ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki	80
Tablo 46: Medeni Durum ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki	81
Tablo 47: Sektör ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki	81
Tablo 48: Sektör ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki	82
Tablo 49: Sektör ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki	82
Tablo 50: Sektör ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki.....	83
Tablo 51: Sektör ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	83
Tablo 52: Sektör ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki	84
Tablo 53: Sektör ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki	84
Tablo 54: Sektör ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki	84
Tablo 55: Sektör ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki	85
Tablo 56: Çocuk Sayısı ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki	85
Tablo 57: Çocuk Sayısı ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki	86
Tablo 58: Çocuk Sayısı ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki	87
Tablo 59: Çocuk Sayısı ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	87

Tablo 60: Çocuk Sayısı ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki	88
Tablo 61: Çocuk Sayısı ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki	88
Tablo 62: Çocuk Sayısı ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki	89
Tablo 63: Çocuk Sayısı ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki	89
Tablo 64: Çocuk Sayısı ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki	90

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil-1: Akademik Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Modellemesi	22
Şekil 2: Kadın/Erkek İstihdamı Ve Seçilen Ülkelerdeki Dağılım Şeması (2018) ...	40
Şekil 3: Ülkelere Göre Kadın/Erkek İstihdamının Sektörlere Oranı(2018)	41

EKLER DİZİNİ

Ek 1: Farklı Gelir Grubundaki Ülkelerde Kadın ve Erkek İstihdamının Sektörlere Göre Dağılımı (%)	102
Ek 2: Farklı Gelir Grubundaki Ülkelerde Kadın ve Erkek İstihdamının Statülere Göre Dağılımı	103
Anket.....	106

KISALTMALAR ve SEMBOLLER

AB	:Avrupa Birliği
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
AFAEMME	:Akdeniz İş Kadınları Örgütleri Derneği
AGİDER	:Akdeniz Girişimci İş Kadınları Derneği
ANGİKAD	:Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği
BM	:Birleşmiş Milletler
BMF	:Federal Maliye Bakanlığı
BMKKF	:Birleşmiş Milletler Kadın Kalkınma Fonu Ofisi
BPWA	:Uluslararası İş ve Profesyonel Kadınlar Derneği
BPV-Türkiye	:Türkiye İş ve Meslek Sahibi Kadınlar Federasyonu
CEO	:Baş Yönetici
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
FCEMS	:Dünya Kadın Girişimciler Derneği
FEM	:Kadın Girişimcilik Toplantıları
FRF	:Fransız Frangı
GEM	:Küresel Girişimcilik Monitörü Araştırmasına
GİŞKAD	:Girişimci İş Kadınları Derneği
HSBC	:Hong Kong ve Shanghai Bankacılık Şirketi
ILO	:Afrika Gelişim Bankası, Uluslararası Çalışma Örgütü
IFC	:Uluslararası Finans Kurumu
IFWE	:Uluslararası Kadın Girişimciler Federasyonu
ITC	:Uluslararası Ticaret Merkezi
İŞKAD	:İş Kadınları Derneği
İŞKUR	:Türkiye İş Kurumu
KADAV	:Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KADİGER	:Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	:Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
KGEM	:Kadın ve Genç Girişim Merkezi Derneği
KEİG	:Kadın Emegi ve İstihdamı Girişimi
KDV	:Katma Değer Vergisi
KOBİ	:Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler
KOSGEB	:T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	:Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü
NAWEM	:Malezya Ulusal Kadın Girişimciler Derneği
NECI	:Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi
OECD	:İktisadi İş Birliği Ve Kalkınma Teşkilatı
OSB	:Organize Sanayi Bölgesi
OTDÜ	:Orta Doğu Teknik Üniversitesi
SPSS	:Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi
TESK	:Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TGB	:Teknoloji Geliştirme Bölgeleri
TOBB	:Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TUGİAD	:Türkiye Genç İşadamları Derneği
TÜBİTAK	:Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜİK	:Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	:Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
UNDP	:Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

YWEA	:Birleşmiş Milletler Kadınlar Kalkınma Fonu
WES	:Genç Kadın Girişimciler Derneği
€	:Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı
n	:Euro
p	:Frekans
x²	:Olasılık
%	:Ki-Kare
<	:Yüzde
>	:Küçüktür
=	:Büyüktür
	:Eşittir



GİRİŞ

Ülkelerin en önem verdiği konulardan biride ekonomik büyüme ve kalkınmadır. Henüz gelişmekte olan ülkelerde sosyo-ekonomik faaliyetler belirli merkezler tarafından yönetilir. Bu durum bölgeden bölgeye gelişme düzeyinde farklılıkların olmasına neden olur. Küreselleşme ile beraber ülkeler hem bu sürece uyum sağlayabilmek hem de bölgeler arasındaki gelişme farklarını iyileştirmek için kültürel ve sosyal açıdan bir bütün olmalıdır. Küreselleşmenin hızlanmasıyla birlikte dünyada geleneksel kalkınma uygulamaları başarısız olmuş, kalkınmanın genelden değil yerelden başlaması gerektiği anlaşılmıştır. Kalkınmaya yerel bir boyut kazandırmak için toplumdaki bireylerin refah düzeylerinin artırılması, ekonominin sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Bu durum ancak ekonomiyi oluşturan temel kurumların, bireysel işletmelerin, çıkar amacı taşımayan kuruluşların ve o toplumdaki bireylerin bütün olarak çalışmasıyla sağlanabilir. Yerel kalkınmanın sağlanmasında öncelikli olarak yerel kaynakların tespit edilmesi, planlanabilir hale getirilmesi ve kaynakların en etkili şekilde yönetimi gerekmektedir. Yerel kalkınmanın ilerlemesi, yerel potansiyelin değerlendirilmesini, yerel alt yapının onarılmasını ve girişimcilere hazır hale getirilerek kolaylık sağlanması sonucunda sağlanabilir. Bu koşulların sağlanmasında; belediyeler, sivil toplum örgütleri, ticaret ve sanayi odası, OSB(Organize Sanayi Bölgesi), bağımsız bölgeler, kalkınma ajansları önemli role sahiptir.

R. Cantillon 18. Yüzyılda ilk kez girişimcilik kavramına resmi bir tanım yapmıştır. Bu tanıma göre girişimci kesin satış değeri belli olmayan bir ürün/hizmeti satın alarak değerlendiren kişidir. Cantillon girişimciyi bu davranışının sonucunda, piyasada meydana gelen belirsizlikler ve risklere nasıl karşı durduğunu incelemiştir (Mert, 2019: 15). Avusturyalı İktisat Okulu ekonomik kalkınma için girişimciliğin son derecede önemli olduğunu belirtmiştir. J. Schumpeter, girişimcilerin yeni fikirler ile ekonomik kalkınmayı desteklediğini söylemiştir. Burada bahsedilen yenilik; üretim şeklinde, pazar koşullarında, ana malzeme ve tedarik zincirinde ve dağıtım kanallarında olabilir. Bu yenilikler sayesinde girişimciler hem düşük maliyet hem de yüksek gelir elde edecekleri için yeni ortama çok çabuk uyum sağlamaktadır (Çokgezen, 2012: 17). Schumpeter'e göre girişimciler, yeni fikirleri bir araya getirerek, mevcut olan kalıplaşmış ekonomiyi değiştiren kişilerdir. Schumpeter girişimcilik hakkında; *'Girişimcilik, aslında bir yaratıcı yıkımdır ve kapitalizmin itici gücüdür'* ifadesini kullanmıştır.

Girişimciliğin özünde değişim ve yenilik vardır. Girişimcilik; insanlığın var oluşundan bugüne hayatın içerisinde yer almaktadır. Eski çağlarda insanların hayatlarını devam ettirebilmek adına buldukları eylemlerin pek çoğu girişimcilik olarak değerlendirilebilir. Örneğin tarımsal faaliyetlerde bulunan insanlar, bunu bir ileri safhaya taşıyarak takas usulünü geliştirmişler, girişimciliğe farklı bir boyut kazandırmışlardır. Esasında Eskiçağlardaki bu uygulamalar, günümüz dünyasının girişimcilik anlayışına bir zemin hazırlamıştır. Günümüzde bir girişimci yeni bir ürün üretmek ya da var olan ürünü yeni bir yöntem ile üretip daha önce denenmemiş bir pazara girerek ekonomiye farklı bir boyut getiren kişidir. Günümüz dünyasındaki girişimcilik anlayışının temelleri Sanayi Devrimi ile atılmıştır. Bu döneme kadar el tezgâhları, çeşitli zanaat dalları çerçevesinde gelişen girişimcilik anlayışı, teknolojik gelişmelerle beraber değişime uğramıştır. Artık bilgi temelli üretim ve hizmetlere daha fazla önem verilmektedir. Girişimci, kendi bilgi ve donanımı ile üretim ve hizmet dünyasına farklı bir bakış açısı, satış tekniği ya da üretim sistemi getirebilen ve bunu uygulamaya aktarabilen kişidir.

Dünya üzerindeki bütün ekonomilerin temel amacı sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve büyüme sağlamaktır. Sağlanabilmesi için ise tek şart elde bulunan kaynakları en verimli ve etkin şekilde kullanabilmektir (Pektaş, 2014: 473). Girişimciler ekonomik büyüme ve kalkınmanın en etkili faktörlerinden sayılmaktadır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006: 128). Kalkınma ve büyümenin sürdürülmesinde iş gücüne yatırım ve birer girişimci adayları olan kadınların da bu iş gücüne dahil edilip desteklenmesi çok önemlidir (Çabuk vd., 2015: 424). Toplumun yarısını oluşturan azımsanamayacak bir çoğunluğun yine içinden geldikleri toplum tarafından çalışma hayatının dışında bırakılması oldukça düşündürücüdür. Her bireyin ilk eğitimini anneden aldığı düşünüldüğünde uygarlıkların mimarı olarak düşünölebilecek kadınların her alanda toplumsal hayatın içinde olması, girişken ve üretken olması gereklidir. Yeniliğe ve yaratıcılığa açık nesillerin yetişmesi; kendisini geliştirmiş, ekonomik ve sosyal alanda kendi ayakları üzerinde durabilen, özgüveni tam kadınların toplumda çoğunluğu oluşturmalarına bağlıdır.

Ülke ekonomilerinin kalkınması ve büyümesinde kadın girişimcilerin üstlendikleri roller çok etkindir. Girişimcilik alanında kadın istihdamını arttırmak ekonominin gelişmesinde büyük öneme sahiptir (Can ve Karataş, 2007: 253). Bölgesel kalkınma farklılıklarını, sosyo-kültürel farklılıkları gidermek için oluşturulan

ekonomik hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için kadınlarında girişimci olarak istihdamı desteklenmelidir (Gündüz, 2006: 154). Desteklenen kadın girişimciler kurdukları yeni işler ile istihdam imkânı oluşturmaktadır. Ayrıca toplumda kadına karşı olan değer olgusunu güçlendirerek ekonominin ve toplumun gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Yerel kalkınmanın bir bütün halinde ilerleyebilmesi için Türkiye gibi bölgeler arası büyük gelişmişlik farkları bulunan ülkelerde girişimci ruhuna sahip bireylerin desteklenerek ekonomik düzene ve üretime katılması, bu bölgeler arası farkın azalmasında etkili olacaktır. Bölgesel olarak kalkınmanın sağlanmasında kadınların da ekonomiye dahil edilmesi büyük avantajlar sağlayacaktır. Özellikle kadın girişimcilerin her anlamda desteklenmesi, iş yaşamında kendilerini güvende hissetmeleri, cinsiyetçi ayrımın önüne geçilmesi, çalışma şartlarının kadınlar için yeniden düzenlenmesi sonucu pasif durumda olan kadın girişimcilerinde ekonomiye katılmasını teşvik ederek ekonomik ve toplumsal kalkınma ciddi anlamda hız kazanacaktır (Göksel vd., 2013: 9).

Ülkemizde kadınların çalışma hayatına neden yeteri kadar dâhil olmadıkları, kadınların girişimci olmalarının önündeki engeller etraflıca araştırılmalıdır. Ayrıca diğer ülkelerdeki kadın girişimciliğine dair veriler ile Türkiye'deki kadın girişimciliğine dair veriler incelenerek ülkemizdeki kadın girişimciliğinin mevcut durumu üzerine bir değerlendirmeler yapılmalıdır. Bu tez çalışmasında, ülkemizde yerel kalkınmada kadın girişimcilerin rolünün ne olduğu, kadın girişimciliğinin tarihsel boyutu, yaşadıkları sorunlar, sosyal statüleri ve ne derecede literatüre katkı sağladığı, akademik çevrelerde kadın girişimcilerin temel değer ve disiplinleri üzerinde araştırmalar yapılarak, Niğde ilinde KOSGEB girişimcilik desteği alan kadın girişimciliğinin önemini, karşılaştıkları sorunları ve ne durumda olduğu açıklanmıştır.

1. BÖLÜM, YEREL KALKINMA – GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.1 YEREL KALKINMA VE AKTÖRLERİ

Ülkelerin varoluşundan bugüne; ekonomik büyüme, gelir dağılımının eşitsizliğinin giderilmesi, sanayinin geliştirilmesi, yoksulluğun düşürülmesi, hayat standartlarının iyileştirilmesi, teknolojinin yakın takibi gibi birçok konu kalkınma kavramını oluşturmaktadır.

Geleneksel Kalkınma İktisadi Yaklaşımı ile iktisadi gelişmenin gerçekleşebilmesi için daha hızlı sanayileşmenin, daha fazla meta üretiminin ve böylece daha fazla milli hâsıla artışının sağlanması gerektiği öne sürülmüş ve bu doğrultuda çeşitli politika önermeleri ortaya konulmuştur. Pek çok akademisyen ve politikacı tarafından kabul edilmesi nedeniyle oldukça yoğun uygulama alanı bulan bu politikalar gerçek hayatta başarılı olamamış ve yaklaşımın başarısızlığı yeni arayışlara yol açmıştır (Çakmak, 2003: 50). Bu arayışlar ile birlikte Yerel Kalkınma Yaklaşımı gündeme gelmiştir.

ILO'nun tanımıyla bölgesel bir kalkınmada temel etken; kamuya ve şahsa ait kurumların birlikte aynı hedef doğrultusunda ilerleyerek stratejik çözümler ile ekonominin büyümesini destekleyerek gerçekleşebilir. ILO bölgesel kalkınmanın gerçekleşebilmesi için bölgeye özgü özel strateji ve planlamaların yapılmasını savunmuştur. Bölgesel kalkınmanın ön plana çıkmasında geleneksel yöntemlerin geçerliliğini yitirmesi etkili olmuştur (Çetin, 2007: 156). Aşağıda geleneksel-yerel ekonomik kalkınmanın farklılıkları tablo olarak verilmiştir:

Tablo 1: Geleneksel-Yerel Ekonomik Kalkınmanın Temel Farklılıkları

Geleneksel Kalkınma	Yerel Kalkınma
1.Genelden özele ekonomik ilerleme ile ilgili yapılan plan sistemi, tek yönetim tarafından belirlenir.	1. Yerel ihtiyaçlardan başlayarak bir kalkınma planı oluşturulur.
2. Bir merkezden yönetilir.	2. Kamusal kurumlar ve özel sektör ortak bir hedefle hareket eder. Kararlar tek bir merkezden çıkmaz.
3. Kalkınma için sektör bazında kararlar verilir.	3. Sektörel yaklaşım yerine tam tersi yerel alanda kalkınma planları yapılır.

4. Geliştirilen sanayileşme planları geniş çaplıdır.	4. Bölgeler arasında farklılıklar olmaması için her bölgede potansiyelden yeterli kadar fayda sağlanır.
5. Ekonominin ilerlemesi ve yeni yatırımcıların piyasaya kazandırılması için çeşitli teşvikler uygulanır.	5. Ekonominin ilerlemesi için olması gereken zaruri ihtiyaçlar karşılanır.

Kaynak: Çetin, 200: 157

Yukarıdaki Tablo 1'de; geleneksel-yerel ekonomik kalkınmanın temelde birbirinden ayrılan bazı noktaları verilmiştir. İlk olarak; gelenekselleşmiş ekonomik kalkınmada, ekonomik planlar genel bir merkezden belirlenir ve uygulamaya konulur. Yerel ekonomik kalkınmada bu durum her bölgeye özgü artı ve eksiler göz önüne alınarak sadece o bölge için uygulanır. Yerel ekonomik kalkınmada, özelden genele doğru gidilirken geleneksel yaklaşımda bu durum tam tersidir. Geleneksel ekonomik politikalar genel olarak sanayinin gelişmesi ve bu alana yatırımcıların daha çok çekilmesini hedefler. Yerel ekonomik kalkınma politikaları ise bölgeler arasında farklılıkları en az seviyeye indirmeyi hedefler.

Yerel/bölgesel ekonomik kalkınmada hedef; o yörede bulunan kesimi her alanda kalkındıracak çalışmaların yapılmasıdır. Bu modelde kalkınma, yerel halkın yaşam kalitesini yükselterek, kamu ve özel kesimin aynı hedefler doğrultusunda birleşmesini sağlayarak, kâr hedeflemeden yerel kalkınmayı sağlamaktır (Acungil vd., 2013: 228). Yerel kalkınmanın sağlanmasında; teşvikler, organize sanayi bölgeleri, iş melekleri, tekno-parklar, yerel yatırımcılar, yerel yönetimler, bölgesel kalkınma ajansları, merkezi idari ve kamu yatırımları, kooperatifler, belediyeler gibi aktörler büyük önem taşımaktadır.

1.1.1 TEŞVİK UYGULAMASI

İktisadî İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı(OECD) teşviki, yatırımcının kararlarını yatırım yapılacak alanın riskini, talep düzeyini ve yatırım yapılacak sektörü daha çekici hale getirerek etkileyen devlet tedbiri olarak tanımlamıştır. Geniş anlamıyla teşvik; belirlenen alanda yapılacak yatırımların önceliğini olumlu yönde etkilemek, daha hızlı ilerlemesini sağlamak için hükümetin verdiği maddi destek ve kolaylıklardır. Teşviklerin basit, net ve yüksek getirilerinin olması yatırımları daha cazip hale getirecektir. Ayrıca teşviklerin yatırım yapılacak yöreye özgü olması, oluşabilecek riskleri azaltması o bölgenin daha hızlı bir şekilde kalkınmasında etkili olacaktır

(Gülmez ve Yalman, 2010: 237). Öncelik olarak düşük gelirli bölgelerde kalkınmanın hızlanması için yatırımlara verilen teşviklerin yanı sıra vergilerin indirilmesi gibi ekonomik teşviklerde oldukça etkilidir.

1.1.2 ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ(OSB)

Organize sanayi bölgeleri; o bölgede sanayinin planlı ve düzenli ilerlemesini sağlamak, kentsel ilerlemelere yön vermek, çevresel problemlere çözüm üretmek, verimli teknoloji kullanımını arttırmak gibi önemli işlevleri yerine getirmek için kurulan alanlardır (<http://www.yoikk.gov.tr>, 2019). Bu bölgelerin kurulmasındaki öncelikli temel amaçlar; sanayileşme ile artan olumsuz çevre faktörlerini engellemek, kamusal hizmetlerin girişimcilere daha kolay ulaşmasını sağlayarak üretimdeki verimliliğin artırılması, aynı ürün ve hizmeti veren üreticileri bir araya getirmektir. OSB'lerde kümelenmenin sağlanmasıyla üretim maliyetinde de azalmalar meydana gelerek verimlilik artacaktır (Çetin ve Kara, 2008: 54).

Türkiye'de OSB'lerin kurulduğu yatırım bölgeleri 6 kategoriye ayrılmıştır. Bu sınıflandırmada temel unsurlar yatırıma öncelik verilecek alanların tespiti ve yatırım önceliklerine göre sanayi desteklerinin verilmesidir. Buna göre 1. teşvik bölgesinde yer alan yatırımcılar en az teşvikten yararlanmakta iken, 6. teşvik bölgesindeki yatırımcılar sanayide en üst düzeyde teşvik almaktadır. OSB'lerdeki sanayicilere yönelik teşvikler çeşitlilik arz etmektedir. Devlet tarafından sanayicilere OSB çatısı altında gümrükteki vergilerden muafiyet, yeni yatırım alanları, KDV indirimleri ve iadesi, faiz alanında destek, işverene sigorta primi ve hisse desteği gibi teşvikler verilmektedir. OSB'ler içerisine üretim yapan sanayi kuruluşlarının alt yapı, üst yapı, iletişim, atık toplama, enerji, geri dönüşüm gibi hizmetleri tek çatı altında sunan üretim alanları olarak sanayici için hayati öneme sahiptir. OSB'ler halk sağlığının korunması amacıyla çevreci uygulamaları yürütmektedir. Bu kapsamda çevre koruma bantlarına sahip OSB'ler, endüstriyel üretimden doğan zararlı atıkların OSB içerisinde kalması ve çevreye zarar vermemesi için tedbirlerin alındığı alanlardır. OSB'ler kalabalık yerleşim yerlerinde sanayi üretimini şehir dışına taşıyan yerel ekonomik kalkınmayı sağlarken aynı zamanda kentlerde fiziki kalkınmanın sağlanmasına katkıda bulunan faydalı bir araçtır (Yılmaz ve Efşan, 2019: 353). Organize Sanayi Bölgelerinin de üretimden kaynaklı halk sağlığını tehdit edebilecek zararlı atıkların bu bölgelerde kalması ve çevreye zarar vermemesi için tedbirler alınmaktadır. Ayrıca bu bölgeler sanayi

üretimini şehir dışına taşıyarak her türlü olumsuz etkiyi de toplumdan uzaklaştırmış ve yerel kalkınmaya katkı sağlamış olur.

1.1.3 TEKNO PARKLAR

Ülkelerin sahip oldukları teknoloji, bilgi ve iletişim teknolojisinin etkisini önemli ölçüde hissettirdiği günümüzde toplumların gelişmişlik düzeylerini gösteren temel ölçütlerden biri haline gelmiştir. Gerek teknoloji gerekse de teknolojiyi geliştirmenin özünde bilimsel bilgini olması gelişmiş ülkeler düzeyine ulaşma çabası içinde olan ülke hükümetlerini bu yöne ağırlık vererek buna uygun kalkınma politikaları üretmeye zorlamıştır. Bu süreçte ihtiyaç duyulan bilimsel bilginin üretildiği yerler olan üniversiteler ile toplumsal temelde katma değer ve zenginliğin üretildiği sanayi arasında işbirliği ve iletişimi sağlayacak köprülerin inşa edilmesi önemlidir. Kalkınma sürecinde önemli iki aktör olan üniversite ve sanayi arasındaki bu iş birliği ve etkileşimin sağlandığı merkezler teknoparklardır (Zengin, 2017: 413).

Teknoparklar, üniversitelerin bünyesinde kurulan, sanayi alanında teknoloji kullanımını desteklenerek gelişmiş teknolojik sanayi üretimini arttırmayı hedefleyen kuruluşlardır. Aynı zamanda teknolojinin etkin verimli kullanımı için firmalara gerekli desteğin, gerekli ortam ve şartların sağlandığı, üniversite ve firmaların merkezlerinin birlikte hareket etmesini kolaylaştıran yerlerdir. Teknoparklar en çok genç girişimcilere ve teknolojik üretim projelerine destek vermektedir.

1.1.4 YEREL YATIRIMLAR

Kırsal alanlarda ki girişimciler için kaynak yetersizliğinden kaynaklanan sorunlar, yerel kalkınmanın önünde ciddi engel oluşturmaktadır. Özellikle tarım sektörü içinde yaşanan bu tür problemler, sektöre anlamda büyümeyi de geciktirmektedir. Sadece kaynak yetersizliğinden kaynaklanan sorunlar değil aynı zamanda, düzenlemeler hakkında bilgi eksikliği, yüksek vergilerden kaynaklanabilecek finansal sorunları da kapsar. Ek olarak; piyasaya ulaşım ile ilgili transfer hizmetlerinden kaynaklanabilecek finansal sorunlar, piyasaya ulaşım ile ilgili transfer hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar, girdi maliyetlerinin yüksekliği, diğer organizasyonlara kıyasla daha geç organize olma, bilgi ve iletişim ağına uzaklığın yarattığı sorunlar söz konusu olmaktadır. Bu şekilde zayıf olan sektörler içinde bulunan küçük ve orta ölçekli yatırımcıların, büyümenin ve kalkınmanın önemli yapı taşları oldukları ifade

edilmektedir. Bu açıdan devletin ekonomik kalkınmada başarılı olması için ister piyasa temelli açıklamalar, ister kamu sektörü temelli açıklamalar olsun her ikisi de özel sektör ile olan iletişime ve yerel girişimcinin rolüne vurgu yapılmaktadır. Ekonomik kalkınma programı, çeşitli gruplar arasında iletişim koordinasyonun iyi seviyede yapılmasıyla başarıya ulaşılabilir. Yerel ekonomik kalkınma programlarında da ifade edildiği gibi, merkezi idare, yerel yönetimler, girişimciler, kalkınma birlikleri ya da ajansları ile birlikte yürütülmesi gereklidir. Yerel yönetimlerce desteklenen kalkınma politikalarının kamusal faydalar oluşturacağı genele olarak kabul edilmekle birlikte, özel ve kamu sektörü arasındaki ilişkinin kolay kurulmayacağı ifade edilmektedir. Yerel ekonomik kalkınma sürecinde toplumsal temelli organizasyonlar olarak ifade edilen kuruluşlardan bahsedilmektedir. Bunların bir kısmı yerel girişimcilerin bir araya gelerek oluşturdukları organizasyonlardır. Toplumsal temelli organizasyonların, diğer aktörlere göre bazı durumlarda kalkınmayı sağlama ve desteklemede üstünlüklere sahip oldukları vurgulanmaktadır. Bu üstünlükler şu şekilde sınıflandırılmaktadır (Hazman, 2011: 52-53);

- Toplumsal temelli organizasyonlar, yerel halkın diğer gruplarla kuracağı iletişimde daha başarılı olabilirler,
- Yerel ekonomik kalkınma çabalarını destekleyen eğitici programlara toplumsal katılımı sağlamada daha etkili olabilirler,
- Küçük ölçekli işletmeleri ve yerel halkın içinde girişimci olmak isteyenleri faaliyete geçirme ve faaliyetlerini genişletme konusunda daha başarılı olabilirler,
- Yatırımların artırılması ve ekonominin geliştirilmesi için tasarlanan programları etkileye bilir, destekleyebilirler.

Özel sektördeki girişimcilerin kurdukları bu organizasyonların yanında bizzat girişimcilerin kendileri de önemli aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler, ekonominin temel taşlarından biri olarak, istihdam alanı yaratan, ekonomik gelişmeye katkı sağlayarak bölgesel kalkınmayı hızlandıran nitelikte işletmelerdir. KOBİ'lerin ekonomideki sağlayacakları bu başarının en önemli nedeni, yerelleşme ve yerel gelişme anlayışına daha yakın olmalarından kaynaklanmaktadır. Ayrıca esnek bir yapıya sahip olmaları ve yeniliklere daha açık olmaları nedeniyle bölgesel gelişme açısından daha fazla avantajlı olmalarına yardımcı olmaktadır. Esnek bir yapıda olmaları hızla değişen teknolojik gelişmeleri işletmeye

kazandırma konusunda da avantajlar sağlamaktadır. Çünkü yeniliklere karşı, uyumlu olmaları ve yapısal küçüklükleri daha kolay uyum sağlama şansı verir. Yerel ekonomik kalkınma açısından ifade edilen avantajların yanında finansal nitelikte ki yetersizlikleri, bilgi ve deneyimlerin eksik olması, uzman kadro kullanımındaki sınırlılıklar, aktif büyüklüklerin yetersizliği dolayısıyla banka kredilerinden yeterince yararlanamama gibi temel sorunlar ile karşı karşıya kalabilmektedir. Söz konusu sorunlar yerel ekonomik kalkınmada ki başarılarını yavaşlatmakta, hatta engellemektedir. Bu açıdan sorunların bölge bölge tespit edilip, yerel yatırımcıları destekleyecek nitelikte teşvik önlemlerinin uygulamaya konması son derece önemlidir.

1.1.5 BÖLGESEL KALKINMA AJANSLARI

Yerel ekonomik kalkınmanın aktörlerinden birisi olan bölgesel kalkınma ajanslarının kuruluşu 1999 yılında gerçekleşmiştir. Bu ajansların hem bölgesel eşitsizlikleri gidermek hem de yerel ekonomik kalkınmayı sağlamak için bazı işlevleri yerine getirmesi gerekmektedir. Özellikle yatırımların teşvik edici bölgesel politikalar geliştirme konusunda etkin çalışmalar tasarlamaktadır. Bu süreç teknolojik değişimleri takip ederek bilginin depolanması ve paylaşımına da katkılar sağlamaktadır. Ayrıca yerel ekonomik büyüme de kooperatifler üzerinde önemle durularak finansal kaynak sağlama ve ekonomik sorunların çözümüne ilişkin önlemler getirmektedir. Kalkınma ajanslarının önündeki temel sorunlardan biri de bölgesel eşitsizlerdir. Bunlar; kültürel, siyasi, coğrafi, sosyal ve ekonomik fırsat eşitsizlikleridir. Eşitsizliklerle mücadele de sanayi ve hizmet sektörlerinin gelişmesini destekleyen kalkınma ajansları, ülkeden ülkeye farklı yapılanmalara sahiptir. Bölgesel kalkınma ajansları; bölgesel rekabet, bölgesel ekonomik büyüme, bölgesel nitelikteki yatırımların çeşitlendirilmesi ve artırılması üzerinde durmaktadırlar. Bu çerçevede söz konusu ajanslar bazı roller üstlenmektedir (Hazman, 2011: 56-58),

- İşletmelere mal asistanlık,
- İşletmelerin sektörle ilgili faaliyetlerinde temel gereksinimlerinin temini,
- Sektörlere ilişkin çeşitli öneriler sunmak,
- Bölgenin uzun dönemde kalkınma kapasitesini arttıracak projeler hazırlamak,
- Sosyal ve toplumsal gelişmeye katkı sağlayacak öneriler sunmak ve hazırlamaktır.

Bölgeler arasında bu eşitsizliklerin en aza indirilmesi ve o bölgede kalkınma olabilmesi amacıyla DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) tarafından kurulan ajanslar; kamu, özel, sivil kurum ve kuruluşları bir araya getirerek ortak hareket etmeyi amaçlamaktadır. Kalkınma ajansları bölge planı yaparak kalkınmayı planlı ve sistematik hale getirmektedir. Bölge planı olarak belirtilen plan; o bölgede kalkınmanın sağlanması için hem ülkenin kalkınmasını sağlayacak şekilde düzenleme, proje ve hedeflerle hem de bölgesel seviyede belirlenen kalkınma stratejilerinin eşgüdümü olarak çalışması için sürdürülebilir kalkınma hedefi doğrultusunda kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılarak yönlendirilmesini sağlayan bir koordinasyon demetidir. Bölge içi gelişmişlik farklarını azaltarak sürdürülebilir bölgesel kalkınmayı sağlamak kalkınma ajanslarının diğer kuruluş amaçlarındandır. Türkiye genelinde 26 adet olan kalkınma ajansları, yerel kaynakları kullanarak yerel potansiyelin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bölgedeki ekonomik gelişme düzeyini ölçmek amacıyla ekonomik analizlerin yapılabilmesi amacıyla yapılan sınıflandırmaya göre Türkiye istatistikî bir sınıflandırmaya tabi olmuştur. Bunun sonucunda 5449 sayılı kanuna göre; *“Türkiye’de, 12adet düzey-1 bölgesi ve 26 adet düzey-2 bölgesi belirlenmiştir”*. Kalkınma ajansları KOBİ’lerle işbirliği halinde çalışarak fuarlar, broşürler, yöreyi tanıtan kataloglar hazırlayarak yöresel ürünlerin pazarlanmasında yerel girişimciliği desteklemektedir. Kalkınma ajansların yerel ekonomik kalkınmaya etkilerinin ölçülmesinde ajanslara bağlı organlar hizmet vermektedir. Bunları; ajansların yönetim kanadını oluşturan kalkınma-yönetim kurumları, genel sekreterlik ve yatırım destek ofisleri oluşturmaktadır. Bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesi için mali desteğe ihtiyaç duyan kalkınma ajansları bütçelerini esas olarak merkezi hükümetten ayrılan paylardan karşılamaktadır. Ajansın mali kaynakları yöre sınırı dâhilinde faal olan belediyeler ile ticaret ve sanayi odalarının bütçelerinden aktarılan paylardan oluşmaktadır. Bölge planının mali açıdan desteklenmesi konusunda Tarım ve Orman Bakanlığı ve Devlet Planlama Teşkilatı, kalkınma ajanslarının paralelinde yardımcı kuruluşlardır (Yılmaz ve Efsan, 2019: 355). Yatırımcıya ve ihtiyaç duyulan il, ilçelerde verdikleri mali destekler, yapılandırma projeleriyle kalkınma ajansları yerel ekonomik kalkınma için son derece de önem arz etmektedir.

1.1.6 MERKEZİ İDARİ VE KAMU YATIRIMLARI

Kamu yatırımları, bölgesel gelişme araçlarından birisi olarak kabul edilmektedir. Yerel ekonomik kalkınma da kamu yatırımlarının rolü incelenirken, yerel ölçekli kamu yatırımları üzerinde durulmaktadır. Yerel ekonomik kalkınma sürecinde kamu yatırımlarının etkisi özellikle temel alt yapı sorunlarının giderilmesi ve üretim kapasitesinin artırılmasında karşımıza çıkmaktadır. Üretken kamu yatırımları ile kastedilen, geri kalmış bölgelere yönelik kamu yatırımlarıdır. Alt yapı yatırımları ise, yatırımların neden olabileceği ekonomik israfı önlemek, ekonomik etkinliği arttırmak amacıyla devletçe yapılması zorunluluğu bulunan yatırımlardır. Ancak alt yapıların yapımının özel sektöre devri durumunda doğal tekel oluşma ihtimali gözlerden kaçırılmamalıdır. Monopolün de yüksek fiyat uygulaması kaçınılmaz olabilir. Birden fazla firmaya verilmesi halinde ise, verimlilik azalacak, ekonomik israf söz konusu olacaktır. Ancak yine de kamu yatırımlarının özel sektörü etkileyerek bölgesel gelişmişlik farkları üzerinde olumlu etkiler ve koordinasyonu etkileyerek, yerelin sürece etkin katılımına önemli bir araç durumundadır (Hazman, 2011: 69). Merkezi idari ve kamu yatırımları sayesinde ekonomik kalkınma desteklenerek gelişmeye katkı sağlanmış olur. Ayrıca yapılan kamu yatırımları halkın refah düzeyinin artırılmasında ve yerel ekonomik kalkınmada da hayati önemler taşımaktadır.

1.1.7 BELEDİYELER

Bölgesel kalkınmanın sağlanması, merkezi idarenin tek başına yeterli olmaması ve yerel kaynakların planlanması konusunda bilgi sahibi olan yerel yönetimlerin yerel kalkınmadaki rolü önemli düzeydedir. Kentlerin yönetiminde etkin olan yerel yönetimler kentlerin var olduğu günden bu yana kentin ve kentlinin ihtiyaç ve potansiyelini bilen, kaynakların nasıl planlanıp kullanılabileceğine dair tüm kentsel bilgi ile donatılmış aktörlerdir. Yerel ekonomik kalkınmaya katkı sağlayan sanayi kuruluşlarının üretim alanı seçmesinde; kentin yol, su, enerji, altyapı gibi üretim faaliyeti ihtiyaçlarını gidermesinde düzenleyici olan yerel yönetimler, halkın daha iyi standartlara ulaşabilmesi için yerelde cazibe yaratacak unsurları ön plana çıkararak yatırımcıyı bölgeye çeken kuruluşlardır. Yerel ekonomik kalkınmanın olduğu bir kentte nüfusun artmasıyla birlikte kent manyetik bir alana dönüşerek kentte ihtiyaç duyulan hizmetler de artacaktır. Bu durumda kentte verilen, kentin ihtiyacı olan su, yol, alt yapı ve üst yapı, dinlenme ve eğlence alanları gibi kentlinin ihtiyacı olan hizmetlerde

yenilenme gerekmektedir. Yerel ekonomik kalkınmanın sağlanmasında kentlerin marka değerinin ortaya çıkarılması önem taşımaktadır. Kentlerin markalaşma sürecinde fuarlar kentsel ticaretin ve tanıtımın geliştirilmesi açısından yardımcıdır. Yerel ekonomik kalkınmaya hizmet eden fuarlar, kent ekonomisinin vitrini kabul edilebilecek düzeyde, yerli ve yabancı yatırımcıyı yöreye çekerek yatırımcıya pazar araştırması yapma ve pazar bulma konusunda rehberlik eden araçlardır(Yılmaz ve Efşan, 2019: 349).

Yerel yönetim kuruluşlarının da açabildiği fuarlar, toplumun eğitim, kültür ve sanat düzeyini yükseltmektedir. Yerel ekonomik kalkınmada kentlerin ön plana çıkarılarak tanıtımının yapılmasında; yöre tanıtımını yapan broşürler, yöre hakkında hazırlanan belgeseller ve radyo-televizyon programları, sosyal medya tanıtımı ve yöreye özgü ürünlerin ön plana çıkarıldığı festivaller başvurulacak diğer araçlardır. Yerel ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesinde kentlerde birey odaklı kent yönetiminin sağlanması önemlidir. Toplum refahını arttırmak için sosyal, kültürel ve ekonomik çalışmalar yapan ve toplumda zorunlu ihtiyaçlarını karşılamayacak durumda bulunan dezavantajlı kesimlere yardımlarda bulunarak sosyal hizmet sağlamayı hedefleyen sosyal belediyecilik yaklaşımı, yerel yönetimlerin kentlerin kalkınmasında benimsediği yollardandır. Çünkü bir kentte yaşayan vatandaşlar yaşadıkları alanda kültür, eğlence ve sanatsal etkinliklere olan ihtiyacını yaşadığı kentte gidermek isteyebilir. Bu tür faaliyetlerin kentte bulunması kentlilik duygusunu da kuvvetlendirmekte ve sosyal kalkınmaya doğrudan hizmet etmektedir. Bu anlamda belediye ve diğer mahalli idarecilerin kentte yerel kalkınmayı toplumun fiziksel, ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal ihtiyaçlarını giderme doğrultusunda sağlaması gerekmektedir. Bu kamusal ihtiyaçların giderilmesine çözüm olarak belediyeler; kentin fiziksel olarak, ekonomik yönden, sosyal, kültürel ve siyasal yönden kalkınmasını sağlayacak plan ve projeler geliştirmelidir. Bu doğrultuda; belediyeler yerelde sosyal kalkınmayı destekleyen sosyal belediyecilik uygulamaları yürüterek çocuklar için kreş, yuva, çocuk kulübü açabilir. Ayrıca kadınlar için kadın korunma ve sığınma evleri, yaşlılar için huzurevleri, hobi merkezleri, ana çocuk sağlığı merkezleri, gençlere yönelik spor tesisleri ile gençlik merkezleri, toplum sağlığını tehlikeye düşüren madde bağımlılığı ve kötü alışkanlıklarla mücadele kuruluşları açabilmektedir (Yılmaz ve Efşan, 2019: 349). Yerel kalkınmanın devamının sağlanmasında sosyal kalkınmanın sağlanması ve toplumun yaşam refah düzeyinin de arttırılması gereklidir. Bu aşama da

belediyeler kentlerde gerekli eksiklerin giderilmesini sağlayarak yerel kalkınmaya destek olmaktadır.

1.1.8 GİRİŞİMCİLİK

Zaman içerisinde farklı anlamda ilk kez iktisatçılar tarafından kullanılmaya başlanmış, her bir iktisatçının yüklediği anlam girişimcilik kavramının gelişme göstermesini sağlamış ve günümüzde kullanılan temel bileşenleri oluşturmuştur. İktisatçılardan Cantillon girişimcilik kavramına ilk kez risk faktörünü yüklemiştir. J.B. Say ise girişimciyi iş gücü, sermaye ve doğal kaynakları bir araya getiren 4. Üretim faktörü olarak nitelendirmiştir. Girişimcilik literatüründe önemli bir yer edinen Schumpeter ise “*yaratıcı yıkım*” teorisini geliştirmiş ve girişimcinin yenilikçi olma özelliğini ortaya koymuştur. Neo-klasik yaklaşımın önde gelen isimlerinden A. Marshall girişimcinin öncelikli görevinin ürün/hizmet üretimi olduğunu bununla birlikte yenilikler ve yöntemler sunarak ilerleme sağlamaktır. Avusturya Okulu temsilcilerinden Kirzner’e göre girişimci, pazarda dengesizlik arayan veya bunu bir fırsat olarak gören kişidir. Girişimci kaynakları önceki durumdan daha etkili ve verimli bir biçimde koordine etmektedir ve bunun sonucunda yeni bir denge yaratmaktadır. Girişimcilik sürecinde, yeni bir işi yaratırken alınan riskler, harcanan emek ve zamanının karşılığında kazanılan maddi kazançlar vardır. Diğer anlamıyla girişimciliği, karşılaşılan fırsatı değerlendirmek için tüm kaynakları bir bütün olarak organize şekilde kullanma süreci olarak tanımlaya biliriz. Dolayısıyla girişimciler sahip oldukları potansiyel gücün farkına varan kişilerdir. Bu bağlamda girişimcilerin yerine getirilmesi gereken fonksiyonlar; yeni ürün/hizmet üretilmek, var olan ürün/hizmetlerin özelliklerini farklılaştırmak ve ya yepyeni bir üretim yöntemi geliştirmek ve uygulayabilmek, daha önce ulaşılmamış pazarlar bulmak, endüstriyel organizasyonlarda yenilikler yapmak, istihdam yaratmak, sermaye birikimi sağlamak şeklinde sıralanabilir (Böyükaslan, 2017: 13-21). Girişimciliği, bireylerin kendisi ya da örgütleri için fırsat arayışına girdikleri bir süreç olarak değerlendirebiliriz. Bu süreçte risk ve belirsizlik koşulları arasında karşılaşılan fırsatları değerlendirerek kazanç elde etme ya da büyüme için oluşturulan organizasyonların tamamı girişimciliğe örnektir.

1.1.8.1. GİRİŞİMCİ

Fransızca “*entreprendre*” kelimesinden türetilen bir işe girişmek/başlamak anlamında kullanılan girişimci kavramı ilk olarak yeni şeyler araştıran, macera peşinde koşan, ulusal altyapı bağlantısını ayarlayan, mimari ve tarımsal alanlar ile uğraşan

kişilere kullanılmıştır. Bu kullanım zamanla endüstriyel anlamda girişimlerde bulunup karşılaşılabilecekleri risklerin sorumluluklarını alan kişiler için de kullanılmaya başlanmıştır. Schumpeter girişimciyi; “*Girişimcinin yenilikçi ve dinamik olma özelliğini ekonomik kalkınmada, insan kaynaklarının ana yapı taşlarından biri*” olarak tanımlamıştır. Schumpeter’in girişimcilik alanında yapılan araştırma ve çalışmalara katkısı büyüktür. Ayrıca bir kurum ya da kişinin girişimci olabilmesi için inovasyon özelliğini taşıması gerektiği üzerinde durmuştur (Özyılmaz, 2016: 6).

Girişimcilik 1980’lerde ekonomik ilerlemeler ve teknolojik gelişmeler sayesinde daha çok kişinin tanıdığı bir kavram olmaya başlamıştır. Bir girişimcinin işe başlamadan önce yapılacak yeni girişim için kullanılacak bütün kaynakları organize etmesi, oluşabilecek risk ve engellere karşı hazır olması beklenir (Hisrich ve Peters, 1998: 9). Yeni bir işletme kurabilmek için bir girişimci ve belirlenen alanda girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak gereklidir. Üretim/hizmet için gereken kaynakların bir araya toplanması tek başına yeterli olmayacaktır. Girişimciden risk ve getirileri göz önüne alarak toplanan kaynakları en verimli şekilde kullanması ve yeni ürün/hizmeti kullanıcıya sunması beklenmektedir.

Girişimciler üretici konumunda olduğu gibi tüketici konumunda da olabilirler. Girişimciyi aldığı eğitim, sahip olduğu yetenekler kadar içinde büyüdüğü coğrafya ve kültür de etkiler. Özellikle ülkemizde kültür ve toplumsal bakış açısı girişimcileri daha çok etkilemektedir (Arat, 1993: 204-212). Tablo 2’de girişimciliğin gelişmesinde önemli etkisi olan yazarların, girişimciliğin temeli olduğunu düşündükleri bazı temel noktalar verilmiştir:

Tablo 2: Girişimciliğin Temelini Oluşturan Özellikler

Yazarlar	Girişimciliğin Temelindeki Özellikleri
SCHUMPETER	Yenilik Yapan
MENGER, KEYNES, MİSES	Kararları Alan
COLE, CANTİLLON, SAY	İşin Organizasyonunu Sağlayan
SMİTH	Kapitalist
KIRZNER, KİRCHOFF, LEİBENSTAIN	Mevcut Piyasada Yeni Fırsatlar Bulan
MİL, KNİGHT, CANTİLLON	Risk Alan
MARSHALL, SAY	Yönetici
KNİGHT, CANTİLLON	Belirsizlikten Fırsat Yaratan

Kaynak: Top, 2006: 6

Tablo 2’de verildiği üzere her yazar girişimciyi farklı açılardan ele alsa da girişimcinin aynı özellikleri üzerinde durmuşlardır. Girişimi yapacak olan kişinin daha önce fark edilmeyen yeni yöntemler ile karşılaştıkları fırsatları birleştirerek var olmayan bir ürün/hizmet yaratmaları ve belirsizliklere karşı risklere her zaman hazırlıklı olmaları yazarların hepsinin üzerinde durduğu temel özelliklerdir.

1.1.8.1.1 GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ

Girişimcilik alanında yeni çalışmaya başlayan girişimcilerin bazen çok büyük başarılar elde ettiği görülürken bir kısım ise ne yazık ki başarısız olmuştur. Bu durumunun sebepleri üzerine birçok araştırma yapılmıştır. R.A. Baron yaptığı araştırmalar sonucunda *“başarılı girişimciliği bilişsel ve sosyal etkilere göre değerlendirmiş ve başarılı girişimcilerin, birçok özelliği ile farklı olduklarına”* değinmiştir. Baron girişimcilerin başarılı olabilmeleri için kendilerine güven duyması gerektiğine, iletişim becerilerinin yüksek olması gerektiğine ve en önemlisi değişime açık olması gerektiğine vurgu yapmıştır (Özyılmaz, 2016: 8). Girişimcilik tarihinde önemli yazarların girişimci için vurguladıkları özellikler Tablo 3’de tarih sıralamasına göre verilmiştir:

Tablo 3: Bir Girişimcinin Temel Özellikleri

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mill	Risk Almak
1917	Weber	Formel Yetkinin Temeli Olmak
1934	Schumpeter	Yenilikler Konusunda Önder Olmak
1954	Sutton	Sorumluluk Alma
1959	Hartman	Formel Yetkinin Temeli Olmak
1961	McClelland	Risk Alabilmek, Başarma İhtiyacı
1963	Davids	Hırs, Bağımsız Olmak Arzusu, Sorumluluk, Kendine Güven
1964	Pickle	Sosyal İlişki, İletişimsel Kabiliyet, Eğitim
1965	Litzinger	Risk Alabilme, Bağımsız Olma İsteği, Ün, İçtenlik, Yol Gösterici Olma
1965	Schrage	Aktif Algı, Güç, Stres İle Savaşabilme
1971	Palmer	Riskleri Ölçebilme
1971	Hornadey ve Aboud	Başarılı Olma İhtiyacı, Bağımsızlık, Azim, Güç, Ün
1973	Winter	Güç
1974	Borland	Motivasyon
1974	Liles	Başarılı Olma Hissi
1977	Gasse	Şahsi Değerler Konusunda Hassasiyet

1978	Timmons	Kendine Güvenmek, Hedef Odaklılığı, Riski Kontrol Altında Tutma, Yaratıcı Ve Yenilikçi Olma
1980	Brockhaus	Risk Sorumluluğu Alabilme
1980	Sexton	Motivasyon Ve Vazgeçmeme
1981	Mescon, Montanari	Başarı, Sahip Olma, Bağımsızlık, Sabır
1981	Welsh- White	Kontrol, Sorumluluk Alma, Kendine Güven, Vazgeçmemek, Risk Alabilmek
1982	Dunkelberg- Cooper Welsh- Young	İlerleme İhtiyacı, Özerklik, Yetenekli Olmak, Hakimiyet, Kendine Güven, Yaratıcılık

Kaynak: Arıkan, 2004: 25

Girişimciler farklı yaşlardan, farklı gelir seviyelerinden, farklı ırklardan ve farklı cinsiyetten olabilirler. Aldıkları eğitimler ve tecrübeleri farklılıklar gösterebilir. Bu alanda gerçekleştiren araştırmalardan ulaşılan sonuçlar bir araya getirildiğinde girişimcinin başarıya ulaşabilmesi için bazı özellikleri taşıması gerektiği görülmüştür (Başar, 2013: 5):

- Yaratıcılığı, ürün/hizmet üretiminde yenilik, yolların geliştirilmesi veya var olanın farklılaştırılarak daha çok fayda sağlanmasına olanak veren etki olarak tanımlayabiliriz. Yenilik ve gelişimin ilerletilmesini sağlayan kuvvettir. Bilinen tanımlamalardan farklı şeyler üretmek, devamlı öğrenerek ve sorgulayarak kendini geliştirmektir.
- Kişinin her anlamda kendini bu yola adanması, en başında başarıyı yakalayabilmesi için, zamanının büyük çoğunluğunu bu işe harcaması için kendi iç motivasyonudur. Başarıyı yakalamak için fazla çalışmasının yanı sıra, iyi bir planlama ve yeni fikirler üretmenin de katkısı gerekmektedir. Kendini adanmak tüm bunları kolaylaştırarak gerçekleşmesini sağlayan özelliktir.
- Kararlı/iradeli olmak, hedefe erişebilmek için tam kapasite gücün kullanılmasını sağlar. Bu şekilde zor zamanlarda istikrar sağlanarak pes etmeden devam edilir. Kararlı olmak, yapılan girişim birçok kez olumsuz olsa da pes etmeden yeniden denemeyi sağlayan kuvvettir. Girişimcinin motivasyon kaynağı para değil başarıdır.
- Esnek değişkenlik, piyasada veya pazarda meydana gelen ani ihtiyaçlara seri dönüşler yapabilmektir. Bir amaç ile hareket ederken oluşan değişikliklere

de uyum sağlayabilmektir. Eğer gerekiyor ise girişimci vizyonunda değişmeler yapılabilir.

- Önderlik, kuralları belirleyerek amaca yönelik hareket etmeyi sağlayan kuvvettir. Hedefe ulaşmak için kendi çizdiği yolda devam etmektir.
- İstek/arzu, girişimcinin bir işe başlamasını sağlayan etkidir. Girişimcinin özgüvenini artırır ve etrafındaki kişileri inandırmak için güçlendirir. Hedefe doğru ilerlemeyi destekler ve girişimciyi liderliğe ulaştırır.
- Özgüven, girişimciye kendi doğrularından vazgeçmeden diğer fikirleri de değerlendirme şansı verir. Belirsizlik ve riskin azalması özgüveni daha da geliştirir. Ayrıca tecrübeler ve girişimcinin kendi alanında olan uzmanlığı da kendine olan güvenini arttıran faktörlerdir.

1990'lar da Türkiye'de yürütülen bir araştırma sonucunda girişimcilerin şu özellikleri taşıdığı görülmüştür; farklılıklara ve değişikliklere uyumlu, azimli, risklere karşı temkinli, hedef odaklı, önder, kar amacı gütmeyen hizmet odaklı, sosyal etkileşimi güçlüdür (TUGİAD, 1993: 68). Türk girişimcilerin diğer girişimciler üzerinde farkındalık oluşturarak daha özverili ve hedef odaklı çalışmaları konusunda örnek oldukları ortaya çıkmıştır.

1.1.8.2 GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Gelişen dünya ve hızla artan rekabet ortamı girişimcileri yenilikçi olmaya zorlamıştır. Girişimcilerin bu rekabet ortamında baş edebilmeleri için yenilikçi, yaratıcı, yetenekli ve diğerlerinden daha kısa sürede düşüncelerini somut bir ürüne dönüştürmelidir.

Geliştirdikleri yeni fikirleri uygulamaya koyabilen girişimciler var oldukları toplumlara ve tüm dünyaya fikirlerini ulaştırmayı başarırlar. Dolayısıyla girişimciler sahip oldukları potansiyel gücün farkına varan kişilerdir. Bu bağlamda girişimcilerin yerine getirmesi gereken fonksiyonlar şu şekilde ifade edilebilir (Böyükaslan, 2017: 19);

- Var olmayan ürün/hizmet üretimi ya da var olanı farklı bir biçimde daha nitelikli üretmek,
- Farklı ve denenmemiş üretim çeşitleri denemek,
- Bilinmeyen pazarlara ulaşmak,
- Endüstride farklı organizasyonlar kurmak,

- İstihdam yaratmak,
- Sermaye birikimi sağlamak.

İş yeri, ev, okul, toplumda, sanat alanlarında, askeri alanda, kamu alanlarında veya sosyal alanlarda girişimcilik söz konusudur. Böylesine geniş bir alanda birçok girişimcilik türünden bahsedilebilir. İç girişimcilik, sosyal girişimcilik, kamu girişimciliği, eko girişimcilik, sanal girişimcilik, stratejik girişimcilik, kadın girişimciliği gibi girişimcilikler, girişimcilik türlerine örnektir.

1.1.8.2.1 İÇ GİRİŞİMCİLİK

İç girişimciliğin amacı örgüt içerisindeki yetenekli ve aktif personeli örgütlerin başarısını arttıracak yönde geliştirmektir. Var olan örgütün içerisindeki girişim faaliyetlerinin tümüne iç girişimcilik denir. 1985’de ortaya çıkan iç girişimcilik ilk olarak Pinchot tarafından ortaya atılmıştır. Mevcut işletmenin içerisinde gerçekleştirilen bütün etkinlikler iç girişim kavramı altında incelenebilir. Bu kavramın özünde, girişimin, organizasyonu içine alması yatmaktadır. İç girişimi gerçekleştiren girişimciler organizasyondaki yönetim-personel arasında bağlantı görevini üstlenmektedir. Aynı zamanda bu tarz girişimciler işletme içinde yapılan faaliyetlerde yeniliklerden ve mevcut ortamın düzenindeki yeniliklerden de sorumludur. Yeni ürün/hizmet üretme zorunlulukları yoktur. İç girişimi gerçekleştiren girişimci(Onay, 2017: 94-96);

- Düşünce aşamasındaki ürün/hizmeti gerçeğe çeviren,
- Ürün/hizmetin üretilmesinden sonra belirsizlik ve risklere karşı sorumluluk alabilen,
- İşletme içindeki organizasyonu en iyi şekilde yapabilen,
- Normal bir çalışan olmasının yanı sıra düşünce gücü ve azmi diğer çalışanlardan farklı olan kişidir.

Kuruluşlar için yeni bir düşünceyi gerçekleştirmek, risk almak ve bu durumu kâra çevirme işini iç girişimci üstlenir. İç girişimci organizasyon dahilinde olan bütün faaliyeti düzenler. Yeni teknoloji, yeni pazarlar, otomasyona geçilmesi firma için iç girişimcilik örnekleridir. Ayrıca iç girişimcilik sayesinde firmalar örgütsel değişim ve dönüşüm çerçevesinde yürütülen çalışmalara öncülük ederek rekabet ortamında da avantaj sağlamaktadır.

1.1.8.2.2 SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

1960-1980 başlayarak zamanla daha da dikkat çeken, özellikle sosyalleşmeyi ve hiçbir karşılık beklemeden gerçekleştirilen etkinlikleri kapsayan sosyal girişim kavramı; yoksulluk ve işsizlik oranlarının yüksek olduğu bölgelerde toplumsal getirisi yüksek olabilecek alanların saptanıp, sermayesi düşük olan işletmelerin gücünü arttırarak istihdam katkıları oluşturma sürecini de kapsar. Sosyal girişimcilerin dikkat etmesi gerekenler (Demirel, 2017: 123-126);

- Yapılan çalışmaların var olan ihtiyaçları karşılamalıdır,
- Sosyal girişim sonucu kurulan işletmelerin, katılımları arttırmaları için etkinlik konusunda güven kazanmış olmaları gerekmektedir,
- Gereken güven kazanıldıktan sonra kurum sayısı artırma şansı da artacaktır,
- Gerçekleştiren organizasyonların masraflarının karşılanacağı en az bir kaynak olmalıdır,
- Yapılan işlerin sonuçları dürüst ve açık bir şekilde halk ile paylaşılmalıdır.

Sosyal girişimcilik, toplumların sıradan olan davranışlarını değiştirerek yeni dönüşümlere yol açmasına denir. Sosyal girişimcinin görevi yolunda gitmeyen durumları bulur, toplumu yeniliklere ikna eder ve sonunda da sistemi değiştirmenin bir yolunu bularak ortadan kalkmasını sağlar. Sosyal etki, inovasyon, sürdürülebilirlik ve büyümeyi temel alır. Kâr elde etmek yerine sosyal faydayı hedefleyen sosyal girişimcilik, sivil toplum kuruluşları, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri gibi kurumlar ve faaliyetler ile devam ettirilmektedir.

1.1.8.2.3 KAMUSAL GİRİŞİMCİLİK

Kamusal girişimcilik, kamusal ve özel alan kaynaklarını toplumsal fayda sağlamak için birleştirmeyi hedefler. Kamu girişimciliği ile ilgili şu tanımdan da bahsedilebilir; denenmemiş projeler ve uygulamaları kamusal alanlarda faaliyete geçiren süreçlerdir. Var olan organizasyonlarda hem yönetim hem de yöntem açısından yenilikler yapılabilir. Osborne'nin ve Gaebler'in kamusal girişimlerde olmasını beklediği bazı özellikler (Soysal, 2017: 143-149):

- Kamusal kesimin ekonomik alanda liderlik yapması,

- Bazı kamu görevlerinin/hizmetlerinin halk teşvik edilerek halka verilmesi,
- Kamusal girişimler arasında devamlı bir yarış ortamı olması,
- Belirli kuralların olduğu bir sistem yerine belirlenen bir hedefe/amaca yönelik çalışmalar yapılması,
- Verilen hizmetin sonuçlarının değerlendirilmesi,
- Üst düzey yöneticilerin yerine halkın memnuniyetinin esas alınması,
- Maddi karlar elde eden kuruluşlar kurulması,
- Herhangi bir konuda sorun çıkması ihtimaline karşı her zaman tedbirli olmak,
- Yönetimin değişiklik ve yeniliklere açık olması,

Kamu girişimciliği, kamu sektöründe çeşitli bölümlerde görev yapan kurumların girişimcilik göstermesidir. Özel sektörün yatırım yapmak istemediği ve ya tekel konuma gelip halkın çıkarlarının korunamadığı alanlarda devletin kamu kurumlarının faaliyet göstermesidir.

1.1.8.2.4 EKO GİRİŞİMCİLİK ve SÜRDÜRÜLEBİLİR GİRİŞİMCİLİK

Ekoloji organizma ve çevresinin ilişkisini inceleyen bir bilim dalıdır. Eko girişimciliğin temelini ise çevresel faktörler oluşturmaktadır (Efeoğlu, 2014: 106). Günümüzde eko girişimcilik sürdürülebilir girişim ile bir arada ele alınmaktadır.

Sürdürülebilir girişimcilik, özünde kitle pazarına ve toplumun büyük bir bölümüne fayda sağlamaya yönelik sürdürülebilir yeniliklerin gerçekleşmesidir. Ekonomik çevre faktörleri organizasyonların içerisinde var oldukları için oldukça önem taşımaktadır. Eko ve sürdürülebilir girişimlerin amacı, çevre faktörünü en iyi şekilde organizasyona dahil etmek ve çevreye duyarlı kuruluşların arttırılmasını sağlamaktır (Çelik, 2017: 165). Çevre bilinci olan, insan sağlığını koruyan, yenilenebilir ve sürdürülebilir bir üretimi ele alan eko sürdürülebilir girişimcilik, ülkelerin toplumsal ve ekonomik olarak ilerlemesinde büyük önem taşımaktadır.

1.1.8.2.5 SANAL GİRİŞİMCİLİK

Komünikasyonda ve teknolojiye meydana gelen ilerlemeler sonucunda işletmeler internet ile birlikte yeni fırsatlar ve pazarlar elde etmişlerdir. Sanal girişim, ürün/hizmetin üretilmesi, tanıtılması ve satışının iletişim ağları üzerinden yapılması olarak tanımlanabilir. Alım satım öncesinde firmaların sanal olarak bir araya gelmesi,

ürün/hizmet bedelinin ödenmesi, gereken prosedürlerin yapılması, ürün/hizmetin alıcıya ulaştırılması ile sanal girişim süreci tamamlanır (Soysal, 2017: 204). Teknolojinin gelişmesiyle sanal ortamda girişimcilik faaliyetleri de gelişme göstermiştir. Hızla gelişen ve birçok alanda fırsat sunan sanal girişimcilik aynı zamanda dijital bankacılık ve farklı sektörlerde çevrimiçi satış sitelerinin de gelişmesine katkı sağlamaktadır. Sanal alışveriş merkezlerinden alışveriş yapmak veya mağazalara satış yapmak, sanal hizmet sunmak sanal girişimciliğin faaliyetlerindedir.

1.1.8.2.6 STRATEJİK GİRİŞİMCİLİK

Bütün işletmelerin yönetim sürecini avantaja çeviren ve yapılan girişimlerde fırsatları yönetmesini sağlayan stratejik planları vardır. Bu süreçleri ise stratejik girişimciler yönetir. Stratejik girişim; planlı bir düşünce sistemiyle hareket edilen bir etkinliktir. Ürün/hizmet oluştururken yapılacakları yeni fırsatları değerlendirir gibi fayda sağlamak için kullanılmaktadır (Kumkale, 2017: 216).

Stratejik girişim; gelişen dünya da bu gün ve gelecek zamanlardaki fırsatları görerek, işletmeyi şimdiden geliştirmeyi amaçlar. İşletmelerin gelecek planları ve yaptıkları faaliyetler olası rakiplere karşı her zaman hazırlıklı olmalıdır. Bu durum da yürütülen işlerin ve stratejilerin bir bütün şeklinde ilerlemesini gerekli kılmaktadır. Stratejik girişimciler; fırsat analizini ve işletmenin rekabet yöntemlerini en iyi şekilde ortaya koyan kişidir. Stratejik girişimcilik sayesinde etkinliklerden maksimum kazanç ve fayda sağlanabilmektedir (Yılmaz ve Görmüş, 2012: 4). Günümüz de kurumlar çalışanlarına ve özellikle yöneticilerine stratejik girişimciler olabilmeleri için çeşitli yönlerden (sosyal, mali, manevi vb.) destek vererek yeni başarılar elde etmektedir. Stratejik girişimci bir yöneticiye sahip şirket, aynı pazarda rekabet ettiği şirketlerin özellikleriyle kendi özelliklerini harmanlayarak, maliyet yönetimini iyi yaparak, geliştirilen iş modellerini en etkin şekilde uygulayarak kârını maksimize etmektedir.

1.1.8.2.7 AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik kavramı yeni işletmelerin yaratılması ve mevcut olanların da büyütülmesinin merkezinde yer almaktadır. Girişimci çabaları yönlendiren fikir kaynaklarının ve temel teknolojilerin artışı genelde üniversitelerde yapılan araştırmalardan kaynaklanmaktadır. Bilginin üniversite araştırmaları yoluyla ortaya çıktığı, ticaret amaçlı organizasyonlar ve kazanç yaratmakta kullanılabilir olması;

Etzkowitz tarafından akademik girişim kavramının tanımlanmasını sağlamıştır. Bu terim ile üniversitelerin modern ekonomik kalkınma faaliyetlerinde oynadığı rolü tanımlamaktadır. Zaman içerisinde girişimci üniversite fikri daha odaklanmış bir konseptte doğru somutlaşarak akademik girişimcilik olarak adlandırılmıştır (Başaran, 2017: 244).

Akademik girişimler, ek kazanç sağlayarak üniversitelerin gelişimine katkı sağlamaktadır. Akademik girişimlerin bir diğer faydası ise istihdam olanaklarını arttırmaları ve bölgesel ekonomiye katkılarıdır. Akademik girişimler, yeni kaynaklar oluşturdukları için üniversitelerde teknolojik gelişimi artırır ve bu yeni teknolojilerin pazarlanmasını da kolaylaştırırlar. Oluşturulan yeni pazarda, çok az harcamalarla yüksek getirili ürün/hizmet üretimini sağlar. Bu sayede çok sayıda yeni öğrenci ve öğretim üyesinin dikkatini çekerek, organizasyonlara katılım ile birlikte yeni girişimcilerin de eğitim alması sağlanmış olur (İskender, 2016: 57). Aşağıda şekil 1’de akademik girişimciliği destekleyen, girişimci ve yenilikçi üniversitenin modellenmesi verilmiştir.

Şekil 1: Akademik Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Modellemesi



Kaynak: Akmermer ve Çolak, 2016: 376

Şekil 1’de üniversitelerin kamusal ve şahsi işletmeler ile arasında olan inovatif ilişki temsil edilmiştir. Yapıya göre sermayenin kaynağı bilgidir. Burada girişim işleminin yenilik ve teknoloji ile desteklendiğinde daha etkin ve verimli olduğu vurgulanmıştır. Üniversiteler bilimsel bilginin üretilip, halka aktarıldığı kurumlardır.

Sanayiler ise kazanç ve kâr elde eden üst düzey organizasyonlardır. Hükümet, sanayiler ile üniversitelerin bir araya gelerek bir bütün olarak çalışmasını sağlayan güçtür (Akmermer ve Çolak, 2016: 376). Akademik girişimci, sahip olduğu bilgi birikimi ve donanımı ile iktisadi değerlerin kullanımında verimliliği artırır. Akademik girişim, yeni bilgilerin üretilmesiyle, var olan kaynakların en verimli şekilde bir araya getirilmesi ve işlenmesinde farklı yöntemler kullanılarak üretimin arttırılmasına katkı sağlar.

1.1.8.3 KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Geçmişten günümüze kadınların ürün/hizmet üretiminde emek ve zaman tüketerek katkı sağlamasına karşın, toplumsal ve ekonomik iyileşmeden faydalanamamışlar ve işsizlik oranlarında en yüksek paylara sahip olmuşlardır. Kadın girişimciliğin oluşmasında ki temel etkiler; istihdam eksikliği, cinsiyet eşitsizliği olan iş yerleri ve iş şartları, kendine ait iş yerinin olması isteği vb. olarak sıralanabilir. Kadın girişimciler, kendi işyerlerinde tek başına ya da istihdam sağladığı elemanları ile çalışan/ortaklık yapan, ürün/hizmet üreten ve işin yürütmesi, üretim çıktısının pazarlanması için gerekli koşulları sağlayan, idari kararlar alan kişilerdir (Göküş vd., 2013: 91). Kadınlar ekonomik hayatta kendini göstermeye başladıkça ülke kalkınmasında etkili olmaya başlamışlardır.

Toplumun gelişmesinde dünyada nüfusun yarısından fazlasını oluşturan kadınlar büyük roller üstlenmektedir. Fakat yapılan araştırmalar sonucunda kadınların iş hayatından ve ekonomik iyileşmelerden aldıkları pay nüfus yoğunlukları ile dengeli değildir. Bu alanlarda kadınların hak ettikleri payları almaları, kadın istihdamının arttırılması kalkınmanın sürdürülebilir olmasında en etkin faktördür. Kadın istihdamının artması, kadınların ekonomik alanlarda daha büyük paylar almaları ve ailede konumlarının yükselmesi toplumsal kalkınmanın zorunluluklarındandır. Kadınların iş hayatında yokmuş gibi görülmesi ve ya etkisiz sayılması ekonomik kalkınmayı yavaşlatacaktır. Ekonomik alanlarda kadın iş gücü istihdamının arttırılması hem bölgesel hem de ulusal kalkınma ve ilerlemenin temelini oluşturmaktadır (Işık, 2015: 4).

Kadın girişimciliğinin artması; sosyokültürel yapının değişmesi ile kadınların iş gücüne katılması, eğitim/öğretim seviyelerinin artması, cinsiyet eşitsizliğinden dolayı gelecekte işi kaybetme tehlikesi olması, bağımsız çalışma isteği, önder kadın girişimci

profillerinin artması, kadın çalışanların işletmelerde rütbelerinin yükselmesine izin verilmemesi gibi birçok neden etkilidir (Güney, 2006: 30). Dünya da yeni teknolojilerin uygulanması, iletişim araçlarının gelişmesi, kendi işine sahip kadınların daha çok sosyal imaja sahip olması, ekonomik özgürlüğün farkına varılması gibi pek çok neden kadınların girişimcilik alanıyla daha da ilgilenmelerine sebep olmuştur. Ülkelerin girişimcilik alanında kadınlara verdikleri destek ve teşvikler de bu alanı daha cazip hale getirmiştir. Kadınların girişimcilik faaliyetleriyle yeni işler kurmaları genel anlamda istihdam seviyesinde önemli bir artış sağlamıştır.

Kadınların toplum içinde girişimci olarak var olmaları kadınlara, bağımsızlık hareket etme kabiliyeti, daha özgür olma, kendi ayakları üstünde durma, daha özgüvenli olma gibi vasıflar kazandırmaktadır. Kadınların iş dünyasında önemli olduklarının daha iyi anlaşıldığı ve kadının ekonomide daha fazla yer açılmasının anlaşıldığı yıllar 1980’li yıllardır. 1990’lı yıllarda ise kadının iş hayatındaki tecrübesi ve kendisine olan güvenin yerine gelmeye başladığı, yüksek konumlara gelebilme inancının yerleşmeye başladığı yıllardır. Günümüzde ise kadın girişimcilere bakıldığında hem bilgi ve mesleki tecrübeleri artmış, hem de ekonomiye katılımları fazlaşmıştır (Öztürk, 2016: 35).

Günümüz dünyasında kadınlar ekonomi, hukuk, sanat, bilim, siyaset, basın, sağlık gibi pek çok farklı alanda katılım göstermektedirler. Pek çok iş dalında ise kadın sayısında yüksek artış görülmektedir. Dolayısıyla kadınlar pek çok alanda faaliyet göstererek ve önemli hizmetler, katkılar sunarak kendilerini ispatlamışlardır. Araştırmalara göre kadın işgücü dört kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar (Tekin, 2004: 320);

- Kadın çalışan ya da memur,
- Kadın idareci,
- Mesleki bir alanda gerekli eğitimi alarak işini yapan kadın.

Bu kategoride konumuz itibari ile bizi ilgilendiren kadın girişimciliğine değinmeden evvel kadın girişimcinin manasına bakmak daha yerinde olacaktır. “Girişimci” kavramında olduğu gibi “kadın girişimci” kavramının da literatürde pek çok tanımı vardır. Çeşitli araştırmalarda bu kavram, farklı şekillerde tanımlanmıştır. En genel manasıyla “kadın girişimci” kavramının bir tanımlamasını yapacak olursak; kadın girişimci, işletmenin başındaki yeni girişimlerin başlatılmasında ön ayak olan, işin yönetim, finans ve toplumsal risklerini üstlenen kişidir (Tekin, 2004: 320).

Başka bir tanımda girişimci kadınlar; kendilerine ait işletmelerinin bütün yükümlülüklerini yerine getiren, işlerinde kendileri çalışan ya da işinin başında olan kadınlardır. Ayrıca kadın girişimci, yaratıcı ve yenilikçi çözümler getirebilen, analiz ve muhakeme gücü olan sermayesini verimli şekilde değerlendirebilen, kafasındaki planları uygulamaya koyan ve sonuçlarının da sorumluluğunu alan kişidir (Saray, 1993: 118). Yapılan tanımlamalar incelenecek olursa avukat, doktor, eczacı gibi eğitimini aldıkları meslekleri icra eden kadınlar girişimci olarak kabul edilmemektedir. Çünkü bir kadının girişimci olarak kabul edilebilmesi için yeni bir ürün ya da hizmet üretebilmek adına çeşitli bileşenleri birleştirerek risk alabilmesi, kâr/zararı kabul etmesi gerekmektedir (Öztürk, 2016: 35). Kadın girişimci kendi işini kurarak hem ailesinin ekonomisine hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Girişimcilik faaliyeti ile devlete yük olmamakta, vergi ödemektedir. Ekonomik ve sosyal hayatta geliştirdiği vizyonu ile çocuklarını daha iyi yetiştirmekte, diğer kadınlara da örnek olmaktadır (TESK, 1993: 20).

Kadın girişimciliği kavramının karşıladığı anlamda zaman içerisinde değişiklik olmuştur. 1990'lı yıllar da kadınları girişimciliğe teşvik etmek denildiğinde her türlü parasal, sosyal, beşeri sermaye sahibi kadının kendi işini kurabilmesi için desteklenmesi algılanıyordu. 1990'ların ikinci yarısında ise girişimcilik fikri olan, faaliyette bulunmak isteyen, projesine destek arayan kadınların sivil toplum kuruluşları tarafından desteklenerek, mikro kredi olanağı sunularak gerçekleştirdikleri faaliyetler de kadın girişimciliği kavramı alanına katılmıştır. Böylece kadın girişimciliği kavramı, evde üretim yapmaya çalışan, mikro kredilerle fikrine destek bulan yoksul ve iş sahibi olmak isteyen kadınlar için de kullanılan şemsiye bir kavram haline gelmiştir (TÜSİAD ve KAGİDER, 2008: 182). Bu bağlamda KAGİDER kadın girişimciliğini, kadının yeni bir proje fikrini sermaye ile birleştirerek yeni bir işletme kurması olarak tanımlamaktadır. Kadın girişimciliği ile ilgili tanımların ortak noktalarına bakıldığında (Tekin, 2004: 320);

- Bir mekânda kendisinin işlettiği ya da bizzat çalıştığı işletmesi olan,
- İşletmesinde çalıştırdığı kişilerle çalışan ya da sadece yöneticilik de yapabilen,
- Kamu kuruluşları ve özel kuruluşlarla işi ile ilgili temasa geçen,
- İşletmesini sürekli geleceğe taşımak için planlar yapan,

- İşletmesinden elde ettiği kazanç üzerinde yatırım yapma ve kullanma hakkı olan,
- İşletmesinin kârı ve zararı adına risk alabilen kadındır.

1.1.8.3.1 KADIN GİRİŞİMCİ ÇEŞİTLERİ

Girişimci kadınlar, hassas düşünmek, toplumsal davranış ve durumlara uyum konusunda erkek girişimcilere göre farklı şekillerde sınıflara ayrılırlar. Kadın girişimcilerin özellikleri göz önünde tutularak sınıflandırma yapıldığında dört farklı kategoriden bahsedilebilir.

1.1.8.3.1.1 GELENEKLERE DAYALI KADIN GİRİŞİMCİ MODELİ

Geleneklere dayalı girişimci kadın modeli, standart kadın girişimcilerdir. Bu girişimci tipi, kadın girişimci rolü ile aşırı seviyede girişimci idealine sahip girişimcileri kapsamaktadır. Girişimci olma nedenleri maddi konular olmakla birlikte, gelenekselleşmiş aile yapısını devam ettirirler. Büyük çoğunlukla iş-ev sorumlulukları arasında dengeyi ayarlamaya uğraşırlar. İş yerinde yapılması gerekenlerin tamamını kendileri üstlenir veya bir ortakları olsa bile çok az yardım alırlar. Kadın girişimciler en çok misafirhane, güzellik salonu, lokanta, aş evi gibi iş yerleri açmaktadır (Marangoz, 2012: 101-102). Türk kadınlarının seçtikleri meslek dalları itibariyle daha çok geleneksel ve aileci kadın girişimci tipine girdiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda Türk kadın girişimcileri daha çok hizmet sektöründe ve tekstil gibi, temizlik gibi hafif İsanayi dallarında çalışmaktadırlar. Ayrıca Türk kadınları daha çok küçük ölçekli işletmelere sahiptirler (Morçin, 2013: 172).

1.1.8.3.1.2 AİLECİ KADIN GİRİŞİMCİ

Aileci kadın girişimci tipi, aile içindeki rol ve sorumluluklarına oldukça bağlıdır. Bu girişimci tipinde ailevi işler iş hayatından önce gelmektedir. Bu nedenle girişimcilik idealleri geleneksel kadın girişimci tipinden düşüktür. Bu tip kadınlar ailelerinin uygun gördüğü işleri yapmaktadırlar.

Aileci kadın girişimci tipinde ailede kadının sorumluluğu arttıkça girişimcilik eğilimi de azalmaktadır. Örneğin çocuk sayısı arttıkça bu kadınlarda girişimcilik ideali de azalmaktadır. Erkeklerde ise tam tersine çocuk sayısı arttıkça ev geçindirme sorumluluğu da arttığından girişimcilik faaliyetleri de artmaktadır. Bu girişimci tipi için

ailesindeki rolü her şeyden önce geldiği için girişimciliği yan iş olarak görür. Bu sebeple girişimcilik hedefleri çok tutkulu değildir (Öztürk, 2016: 38).

1.1.8.3.1.3 YENİLİKÇİ KADIN GİRİŞİMCİ

Bu kadın girişimci tipi, girişiminin büyümesinin ve hedeflerinin gerçekleşmesini öncelikli olarak görür. Geleneksel cinsiyet rolleri ise ikinci sıradadır. Bu kadın girişimci tipi genellikle eğitim seviyesi yüksek, teknoloji ile arası oldukça iyi olan, ekonomik özgürlüğüne düşkün kadınlardan oluşmaktadır. Genellikle satış ve pazarlama, reklamcılık, basın ve halkla ilişkiler gibi meslek dallarında faaliyet gösterirler (Onay, 2013: 35).

1.1.8.3.1.4 KÖKTENCİ KADIN GİRİŞİMCİ

Köktenci kadın girişimci tipinde hem girişimcilik hem de ailevi roller eşit önemdedir. Bu kadın tipi her alanda erkeklerle kendini eşit görür ve girişimcilikte kadın olması motivasyon kaynağıdır. Çoğunlukla kadın hareketlerine yönelik basın/yayın, alım/satım, eğitim/öğretim ve minimum seviyeli üretim alanlarında çalışırlar (Marangoz, 2012: 103). Bu kadın girişimci modellerini tablo şeklinde gösterecek olursak:

Tablo 4: Dört Temel Kadın Girişimci Modeli

Kadın Girişimci Modelleri	Temel Özellikleri	Girişimde Bulunulan Alan
Geleneklere Dayalı Kadın Girişimci Modeli	Girişimci olarak temel hedeflerine ilerlerken, kadın olmalarının getirdiği sorumlulukları ihmal etmezler.	Misafirhane, Güzellik salonu, Lokanta, Aş Evi vb.
Aileci Kadın Girişimci Modeli	Kadın olarak ailesine olan görevlerini yaptığı girişim faaliyetinden daha üstün tutarlar.	Az sermayeli ve uzun dönemli işler kurarlar. Genellikle ev içinde üretim yaparlar.
Yenilikçi Kadın Girişimci Modeli	Önceliği sahip olduğu iş koşullarını ilerletmek ve büyütmektir. Bunun yanı sıra ailesine olan sorumluluklarını da ihmal etmezler.	Eğitim düzeyi yüksek kadınların çalışabileceği işler, piyasa analizi, tanıtım, basın/yayın.
Köktenci Kadın Girişimci Modeli	Cinsiyet eşitsizliğine karşı çıkan ve bu uğurda işlerini yürüten girişimci tipidir.	Basın/yayın, alım/satım, eğitim/öğretim, az sermayeli üretim sektörü.

Kaynak: Morçin, 2013: 172

Kadınlar için hayatın en önemli merkezlerinden biri de iş dünyasıdır. Tabloya bakıldığında geçmişten bugüne kadın girişimcilerin sadece emek işlerinde (çocuk bakımı, ev yönetimi vb.)değil pek çok farklı alanda güçlü birer girişimci olarak her daim var olduklarını da görmekteyiz.



2. BÖLÜM: DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ, ÖRNEKLERİ VE KARŞILAŞTIRILMASI

2.1. DÜNYADA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE TARİHİ

Dünya geneline bakıldığı zaman ekonomide Liberal politikaların benimsendiği, girişimciliğin ekonomide ağırlığını hissettirdiği ve araştırma konusu olmaya başladığı 1980'li yıllardan itibaren kadın girişimciliğine dair de pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir. Batı literatürüne bakıldığında kadın girişimciliğiyle ilgili çalışmaların pek çok alanı kapsayıcı nitelikte olduğu görülmektedir. Her ne kadar Batı ülkelerinde ekonomide kadın işgücü yer bulsa da 1980'lerden önce kadın işgücüne ekonomiye yön verici, ulusal ve bölgesel kalkınmayı tetikleyici olarak bakılmıyor, ekonomideki değeri bilinmiyordu. Bu nedenle de çalışmalarda kadın girişimciliğine ya da kadın işgücü konusuna önem verilmiyordu (Güdek, 2016: 59).

Bu doğrultuda özellikle 1950'lerden 1980'lere değin kadının işgücündeki öneminin anlaşılmaya başlanması, 1980'lerden de günümüze değin kadın işgücü oranının artırılmaya çabalanması ve ciddi oranda artırılması tarihsel süreçte dikkat çekicidir. Nitekim 1950'li yıllarda 15-64 yaşları arasında kadın nüfusunun gelişmiş ülkelerde %50'si, gelişen ülkelerdeyse %47'sinin ekonomide etkin görülmektedir. Diğer taraftan gelişmekte olan ülkelerde ekonomik yaşama dâhil olan kadınların % 87'sinin tarım sektöründe çalıştığı, gelişmiş ülkelerde ise çalışan kadınların tarım sektöründeki oranının % 47 civarında olduğu görülmektedir. Gelişimini tamamlamış ülkelerde 1950 yılında etkin nüfus dahilinde kadın işgücü oranı %36.7 olurken, 1975 yılında %40.6, 1985'de bu oran %41.4 olarak hesaplanmıştır. 1985'lere gelindiğinde ise gelişmiş ülkelerde kadınların tarım sektörü dışında da istihdamlarının arttığı, etkin kadın işgücü seviyesinin %47'lerden %58'lere geldiği görülmüştür. Diğer taraftan 1985 yılında gelişen ülkelerde etkin kadın işgücü sayısının oranı %49 olarak belirlenmiştir (Kutlu, 2006: 67). Günümüzde kırsaldan kentlere göçün artmasına paralel olarak tarım sektöründe çalışan kadın sayısı azalmış, diğer sektörlerdeki kadın sayısı ise artmıştır. Kadın girişimciliğine verilen önem, yürütülen programlar ise daha da artmıştır. Bu paralelde ülkemizde de kadın girişimciliğine yönelik faaliyetlerin arttığı söylenebilir.

2.2. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE TARİHİ

Ülkemizdeki kadınların hareketleri incelendiğinde tarihte üç aşamadan bahsedilebilir; Osmanlı Dönemi, Cumhuriyetin ilk yılları ve 1980'lerden sonraki

dönem (Soysal, 2010: 89). Osmanlı Devleti döneminde ticari faaliyetlerle daha çok azınlıklar ilgileniyordu. Dolayısıyla ticari hayatta kadın oranı da oldukça düşüktü. Müslüman halktan dahi ticaretle uğraşanların sayısı çok sınırlıydı. Fakat bu dönemi anlatan belgelerden çok az sayıda da olsa giysi ve esir alım/satımı ile uğraşan kadınların varlığı bilinmektedir. II. Meşrutiyet'in ilanından sonra yapılan ıslahatların da topluma getirdiği rahatlıkla beraber, iş yaşamında kadınlar hem kamuda hem de özel sektörlerde kendilerine daha fazla yer bulmaya başlamışlardır. Örneğin bu dönemde Darü's Sınai'de kadınlar tarafından üretilen el işlerinin ihraç edildiği bilinmektedir. Ayrıca çeşitli dernekler kurularak kadınlara yönelik pastanecilik, fotoğrafçılık, madencilik, dizgicilik, ticaret, terzilik gibi eğitimler verildiği, kadınların da bazen ortaklık şeklinde bazen de bireysel olarak işyerleri açtıkları da belirtilmektedir (Öztürk, 2016: 66)

Diğer taraftan 1844 yılına kadar Osmanlı Devleti'nde hiçbir nüfus sayımında kadınlar sayılmazken, bu senede ilk kez kadınlar da sayılmıştır. Bu durum kadınların sosyal hayattaki öneminin artması açısından önemlidir. Çünkü sosyal hayatta ve toplum nazarında kadının statüsü yükseltilmeden yapılacak çalışmalardan yeterli verim elde edilmesi söz konusu değildir. Ayrıca bu sayım kadınların ev dışında da varlıklarının kabul edildiğinin bir yansımasıdır. Osmanlı Devleti'nde kadınlara yönelik diğer çalışma ise 1869 yılında Maarif-i Umumiye Nizamnamesi ile 7-11 yaş arası kız çocuklarına sıbyan mektebine gitme zorunluluğu getirilmesidir (Emre, 2013: 28). Bu devirde yapılan çalışmalar her ne kadar küçük çaplı gibi görünse de daha sonra yapılacak uygulamalar açısından bir basamak oluşturduğu için önemlidir.

Cumhuriyetin kuruluş yıllarına bakıldığında ülke savaştan yeni çıktığı için genel olarak ekonomik sıkıntılar yaşanıyordu. Dolayısıyla kadınların da ekonomik ve sosyal katılımları sınırlı düzeydeydi. Fakat böyle bir ortamda dahi kadınlara yönelik çalışmalar ihmal edilmemiş, önemli kanunlar çıkarılmıştır. Pek çok Batılı ülkede kadınların seçme/seçilme hakkı yokken, ülkemizde bu hak kadınlarımıza verilmiştir. Bu doğrultuda 1930 senesinde önce yerel seçimlere katılma hakkı, ardından da 1934 senesinde milletvekili seçme ve seçilebilme hakkı kazanarak, erkeklerle eşit şekilde parlamentoda yer alabilmişlerdir. Fakat kadınların bu sürece dâhil olabilmeleri ile öğrenim düzeyleri, sosyal ve ailevi yapıları paralellik göstermektedir. Nitekim bu dönemde de toplumda siyasette erkek egemen bir havanın esmesi, eğitim seviyesindeki düşüklük, hatta okuma-yazma oranının bile çok geri olması kadınların siyasi alanda boy göstermesine bir süre mani olmuştur denebilir (Sarı, 2017: 1194). Cumhuriyet

döneminde kadının statüsü her anlamda yükseltilmeye çalışılmış, genel eşitsizlik yasalarıyla giderilmeye çalışılmıştır. Ekonomik, sosyal, kültürel her alanda kadınlara da erkeklerin yararlandığı olanaklardan yararlanma hakkı verilmiştir. Bir nevi kadınlara cinsiyetçi olarak değil birey olarak yaklaşılmaya başlanılmıştır. Kendi kimliklerini yaşamalarına imkân sağlanmıştır. Sadece mecliste değil, miras hukukunda da, kişiler hukukunda da, ticaret hukukunda da eşit haklara kavuşmuştur (Emre, 2013: 30). Ülkemizde kadının ekonomik hayata dâhil olmasına yönelik araştırmalar ise dünyada olduğu gibi daha çok 1980’lerden itibaren yapılmaya başlanmıştır. Ülkemizde kadının iş dünyasına dahil olmasına ve ülke ekonomisine katkısına yönelik araştırmaların artmasında şüphesiz ki OECD, AB, BM gibi dünya çapında kuruluşların kadın girişimcilere yönelik geliştirdikleri politikalar ve istatistiki veriler etkili olmuştur denebilir (Öztürk, 2016: 67).

Diğer yandan ülkemizde son yıllarda kadının iş yaşamındaki yeri ile ilgili çalışmaların sayısında da artış gözlemlenmektedir. Bu çalışmalar hem kadınların iş hayatındaki mevcut durumlarını tespiti yönelik hem de daha fazla yer edinmelerine yönelik çalışmalar olmaktadır. Örneğin 2007 senesinde evde üretim yapan kadınlara Gelir Vergisi Kanunu’nda değişiklik yapılarak vergi muafiyeti verilmiştir. 2007-2013 yılları arasında yapılan Dokuzuncu Kalkınma Planında da girişimci kadını destekleyici kararlara yer verilmiştir. Bankalar kredi programlarında kadın girişimcileri destekleyecek şekilde düzenlemeler getirmişlerdir. Bu kapsamda Halk Bankası’nın uygulamaya koyduğu “*Girişimci Destek Paketi*”nden söz edilebilir. Yine TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) da girişimci kadınlarla alakalı daha ağırlıklı ve kapsamlı çalışmalar yapabilmek için Kadın Girişimciler Kurulunu kurmuştur. Ayrıca KOSGEB, İŞKUR, Çalışma Bakanlığı da kadın girişimciliği konusunda son yıllarda daha kapsamlı çalışmalar gerçekleştirmektedirler. Sivil toplum örgütleri, halk eğitim merkezleri, yerel yönetimler de kadınlara mesleki eğitim ve girişimcilik eğitimi hizmeti vermektedir (Soysal, 2010: 96). Türkiye’de faaliyet gösteren kadın esnaf ve sanatkar sayısı 2020 Şubat ayı sonu itibarı ile 298 bin 113’e ulaşmıştır (TESK, 2020). Aşağıda Türkiye’de kadın girişimcilik alanında destekleyici faaliyetlerini sürdüren önemli kurum ve kuruluşlar tablo şeklinde verilmiştir:

Tablo 5: Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Gelişmesine Katkı Sağlayan Kurumlar

Kurumlar	Kuruldukları Tarih	Hizmet Ettikleri Alanlar
Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	1990	KOSGEB Türkiye’de küçük ve orta ölçekli işletmelerin problemlerine çözüm üretebilmek, teknolojideki gelişmelere adapte olmak, rekabete karşı hazırlıklı olmak ve ekonomik katkılarını, aktifliklerini arttırmak için etkinliklerine devam etmektedirler.
Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)	1990	Kadın haklarının savunulması, yaşam kalitesinin yükseltilmesi, cinsiyet eşitsizliğinin önüne geçilmesi için çalışmalar yapmaktadır.
Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TGB)	2001	Teknolojik seviyede ürün/hizmet üretmek isteyen girişimcilere üniversite bünyesinde olanaklardan yararlanma fırsatı sunan bölgelerdir. Türkiye genelinde toplam aktif 56 teknopark bulunmaktadır.
Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)	2002	Girişimci kadınların güçlenmesi için eğitim/öğretim, rehberlik, kadınların ekonomide güç kazanması ve fırsat eşitliğinin sağlanmaya çalışmaktadır.
Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)	2003	Türkiye’de ki girişimcilerin faaliyetlerini desteklemek ve girişimlerini geliştirip ilerletebilmeleri için kurslar vermektedir.
Girişimci İş Kadınları Derneği (GİŞKAD)	2006	Kadın girişimcilerin çalışırken karşılaşılabilecekleri problemlere çözümler üretmekte ve kadın işgücü istihdamını arttırmak için faaliyetler sürdürmektedirler.
Kadın Emeği ve İstihdamı Girişimi (KEİG)	2006	Kadınların iş hayatında harcadıkları emeğin karşılığı ve kadın işgücü istihdamının ilerletilmesi için çeşitli organizasyonlar yapmaktadır. Kurumun asıl amacı kadınların hayatında ki yaşam kalitesini arttırmak ve devamlılık sağlamaktır.
Türkiye İş ve Meslek Sahibi Kadınlar Federasyonu (BPW Türkiye)	2009	Kadın girişimcilerin kendi işyerlerini, bir alanda uzmanlaşabilmelerini sağlayacak uygulamaların yürütülmesi, bölgesel seviyede yapılan uygulamaların uluslararası platforma ulaşabilmesi, ulusal düzeyde girişimci kadınlar arasında iş birliği ve anlayış ortamının sağlanması için çalışmalar yapmaktadır.

Kaynak: Sipahi ve Kartal, 2018: 400

Kadın girişimciliğinin gelişip ilerlemesinde, Türkiye’de çeşitli uygulamalar yapan kurum ve kuruluşlar Tablo 5’de verilmiştir. Bu kurum ve kuruluşların dışında Çalışma Bakanlığı’nın yürüttüğü kadın girişimci faaliyetleri, Ticaret ve Sanayi Odaları(TOBB)’na bağlı girişimci kadın kuruluşlarının yaptığı çalışmalar da kadın girişimciliğini desteklemektedir. Ayrıca üniversiteler içerisinde kurulan tekno-park ve tekno-kentlerde verilen teşvik ve destekler, öğrencilerin yaptıkları çalışmalar, şahsi kuruluşlarda yapılan organizasyonlar vb. etkinlikler de girişimci ruhu taşıyan kadınlara ilerlemeleri için oldukça destek ve fayda sağlamaktadır.

2.3 ULUSLARARASI ÖRGÜTLERİN VE BAZI KURUMLARIN KADIN GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK FAALİYETLERİ

OECD tarafından 1997 yılında düzenlenen “*KOBİ’lerde Kadın Girişimciler, Yenilik ve İstihdam Açısından Önemli Güç Toplantısı*” girişimci kadınlara nazaran ulusal düzeyde yapılan ilk toplantı olarak kayda geçmiştir. OECD KOBİ’lerden Sorumlu Bakanlar Konferansı’nın neticesinde yayınlanmış olan “*İstanbul Bildirisinde*” alttaki değerler yapılması hedeflenmiştir (OECD, 2006: 29);

- Girişimciliğe çok büyük önem verilip, teşvik edici planlar oluşturulacak ve girişimcilikte yeni bir kültür değerinin oluşturulması hedeflenmesi,
- Oluşumları, üretim faktörünü ve yeni icatları teşvik etmek amacı ile görünmeyen, görünen tüm engel ve durumların kaldırılması,
- Süre gelen bir öğrenme modeli oluşturulacak ve uygulamalı ve eğitim seminerlerinin sürekli hale gelmesi amaçlanması,
- Düzenlenecek politika ve programlarla işletme ve iş yeri açmak isteyen kadın girişimciler gibi dezavantajlı gruplara maddi destek, bilgiler ve danışmanlıklar verecek hizmetlerin sağlanması.

Beijing Deklarasyonu ve Hareket Platformu (1995); Birleşmiş Milletlerin Kopenhag’da yaptığı “*Dünya Sosyal Gelişme Zirvesi (1995)*” ve “*Milenyum Zirvesi (2000)*”de tartışılan “*Milenyum Kalkınma Hedefleri*” gibi önemli birçok uluslararası görüşmelerde kadınların girişimcilik alanında ilerleyebilmeleri için planlar yapılmıştır. “*Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Birleşmiş Milletler Kadınlar Kalkınma Fonu (UNIFEM), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), Avrupa Birliği (AB), Uluslararası Finans Kurumu (IFC), Afrika Gelişim Bankası, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)*” benzeri

organizasyonlar kadınları girişimcilik alanında desteklemek için pek çok proje gerçekleştirmektedir. Avrupa Birliğinde ve Amerika Birleşik Devletleri'nde girişimci kadınlara destek olan gruplar kadın girişimci sayısının çokluğundan beslendikleri için sosyal/siyasi baskılar kurarak etkinlik derecelerini göstermekte ve kadın girişimciliğinin önünde ki engelleri kaldıracak yasal düzenlemelerin hız kazanmasını sağlamaktadır. Dünya da aktif olan kadın girişimci toplulukları (Bakırcı, 2011: 207-210):

- “*Les Femmes Chefs d’Enterprises Mondiales (FCEMS) (1948)*”; 35 farklı ülke üzerinde üyeleri bulunan, Avrupa Birliğinde, Birleşmiş Milletlerde, ILO’da hala etkin olarak çalışmalar yapan ve sanayi alanında ki kadınlar tarafından kurulan en eski topluluklardan biridir.
- “*International Federation of Women Entrepreneurs (IFWE) (1994)*”; 20 farklı ülke üzerinde üyeleri bulunan, Birleşmiş Milletlerde Hükümet Dışı Organizasyon(NGO) olarak kabul edilen ve ILO’da danışmanlık yapan kuruluştur.
- “*International Business and Professional Women Association (BPWA)*”; Avrupa Birliğinde çalışmalar yapmaktadır ve Avrupa Birliği Sosyal Fon’undan kadınlara yönelik eğitim ve destek çalışmaları yürütmektedir.

Birçok ülkede yukarıda ki kurum ve kuruluşlara ek olarak kadın girişimciliğini desteklemek için toplumsal farkındalık oluşturmak adına bazı organizasyonlar düzenlenmektedir. Bu düzenlemelere örnek olarak (Kelley vd., 2011: 26):

- İran’da başarılı kadın girişimcilere seminerler, forumlar ve konferanslarda ödülleri verilmektedir.
- Brezilya’da “*Sebrae İş Kadın Ödülleri*” verilmektedir.
- Malezya’da gelir seviyesi az olan girişimci kadınlara eğitimler ve rehberlik vermek için “*The Hongkong and Shanghai Banking Corporation (HSBC), National Association for Women Entrepreneurs of Malaysia (NAWEM)*” kuruluşu üzerinden mesleki gelişim eğitimi uygulamaları yapmaktadır.
- İrlanda Cumhuriyeti’nde düzenli olarak her ay başarılı kadın girişimciler yuvarlak bir masa etrafında toplanarak görüşmeler yapmaktadır.

- “Goldman Sachs 10000 Women” programıysa bütün kadın girişimcilere sertifika ve danışmanlık hizmetleri vermektedir. Ayrıca mezuniyet sonrası düzenlediği danışmanlık programlarıyla da kadınları iş dünyası ve yönetim konusunda bilinçlendirmektedir.

2.4 AVRUPA BİRLİĞİ VE ÜLKELERDE CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİNE KARŞI UYGULAMALAR

Dünyada ilk kez cinsiyet eşitsizliğine karşı uygulamalar yapan ülke Avustralya’dır. Yürürlüğe koyan ilk ülke statüsünü de kazanmıştır. Bu uygulamalar 2000 yıllardan sonra birçok ülkede uygulamalar başlamıştır (Tüğen ve Özen,2008:4-7).

Örnek verilecek olursak Birleşik Krallık, İskandinav ülkeleri, İrlanda, Belçika, Fransa uluslararası düzeyde birçok uygulama gündeme gelmiştir. İtalya’nın Emilia-Romagna, İspanya’nın Bask bölgesinde ve İskoçya’da daha belli başlı bölgelerde projeler izlenmiştir. Bu bağlamda Asya bölgesinde ise Hindistan, Nepal ve Malezya gibi ülkelerde de bazı çalışmalar yapılmıştır. Afrika’da ise Tanzanya’da Mozambik’te devlet bütçelerinde cinsiyete dayalı bütçe yönünden farklı analizler yapmıştır. Görüldüğü gibi birçok kıta ve bölgede kadınlara yönelik birçok çalışma, reform, proje ve bütçe konusu görülmektedir (Elson, 2004: 630). Kadın girişimciliği anlamında ülkelerde yapılan çalışmalar alttaki gibi verilmiştir.

2.4.1 AVRUPA BİRLİĞİ

Günümüzde AB’de kadınlara yönelik uygulamalarda kadınlara halen bir ayrımcılık yapılmaktadır. Avrupa Birliği yönünden kadın erkek eşitsizliği kavramı çok farklı boyutlarda incelenmektedir. Kadınlara yönelik mevcut olan problemler ve çözüm metotları, politik ve sosyal açıdan ele alınmıştır (Dufner, 2007: 14-15). Son yıllarda Avrupa Birliğinde cinsiyete duyarlı bütçe ve erkek kadın eşitsizliği hususundaki sorunlara çözüm önerileri genel olarak bilimsel çalışmalarda ele alınmaktadır (Rothe, 2008: 13).

Avrupa Birliğin’de kadın haklarının korunması ve toplumsal eşitsizliği sağlanması anlamında değişik yaklaşımlar bulunur. Avrupa Birliğinin cinsiyete duyarlı bütçe anlamında bakışları dört açıdan incelenir, Şeffaflık, mesuliyet, eşitlik ve etkinliktir. Bu hususların dikkatle incelenmesiyle birlikte kadınlarda iş olanaklarının yükseltilmesi, toplumdaki kadınların statüsünü arttırılması ve en güzel şekilde yarar

sağlanması, kadınların kaynaklardan daha fazla yararlanılması sağlanması amaçlanmıştır (Villagomez, 2005: 2).

2.4.2 FRANSA

Fransa'daki yetkililer hazırladıkları bütçelerde cinsiyete duyarlı bütçelerinde yanında olması belirtmektedirler. Bu doğrultuda parlamentonun dileği ölçüsünde 2000'li yıllarında kadın eşitliği ve haklarına yönelik bir arı bütçe raporu yapılmıştır. Bu rapor kadınlara yönelik yapılan cinsiyet eşitsizliği ve kadın haklarındaki kamu harcamalarının etkili olup olmayacağı ölçüsünde bir görüş olmaları için düzenlenmektedir. Aynı zamanda bu sarı rapor bir bakıma takip etme, bilgi edinme ve bilgilendirilme amacını taşıyıp, erkek ve kadınlara yönelik eşitliğin sağlanması amacı ile kamu faaliyetlerini kapsamaktadır.

Bütçe raporunda “*Kadınlara Özel Kefalet Fonu*” benzeri kadınlar için bütçe destekleri ve parlamenterlerle kamusal personellerde cinsiyet ayrımcılığındaki durumları bilgilendirme amacı ile yapılmış faaliyetler ile alakalı giderler ortaya çıkarılmıştır. Örneğin 2000 senesinde topyekûn 260.000.000.000 €'luk ulusal harcamalarının 40.000.000 €'luk bunun gibi giderlerden oluşmaktadır. Fransa da kadın girişimcilere yönelik değerler her zaman söz konusu olmuştur. Fransa'da 100 özel işletmenin 28 tanesi kadın girişimciler tarafından kurulmuştur. Fransa da 1000 yeni işletmenin kurulması için “*Kadınlara Özel Kefalet Fonu (Special Women's Guarantee Fund)*”na 2001 yılında 10.000.000 Fransız Frangı (FRF) kaynak desteği verilmiştir (www.womenandtechnology.eu, 2020).

2.4.3 HOLLANDA

Hollanda hükümeti, 1985 yılında cinsiyet eşitsizliği ve kadın hakları anlamında çok büyük ölçüde ağırlık vermeye başlamaktadır. İlerleyen zamanlarda, bütçelerin cinsiyetlerine göre eşit bir şekilde dağılmadığını gösterilip, hükümete verilen yetki ile cinsiyete dayalı bütçelemenin çalışmalarına ağırlık verilmektedir. Bunun ile birlikte, 1994 yılından sonra hükümetin her sene konuyla alakalı raporlar hazırlanıp ve toplum ile paylaşılır.

Özellikle 1998 senesinden sonra hükümet, bütçeleme fonlarını gerek ulusal gerek de yerel düzeyde kadınların problemleri ve mevcut problemlerin engellenmesine yönelik bütçe lemede projeleri üstünde durulmuştur. 2003 senesinden itibaren, Sosyal

İlişkiler Bakanlığınca yapılan yaklaşımı ile alakalı şeffaflık, etkinlik ve hesap verilebilirlik değerleri açısından da raporlar hazırlanmıştır (Boer, 2008: 3).

2.4.4 AVUSTURYA

2000’li yıllarda Avusturya ülkesinde tüm bakanlara kadın haklarına ilişkin çalışma grupları ve komisyonlar oluşturulup, harekete geçilmiştir. 2001 yılında Bütçe ve Kadın grupları oluşturulmuştur. İlk zamanlarda grupların hedefi, Avusturya ülkesinde cinsiyete dayalı bütçe yaklaşımının yerleşmesini ve anlaşmasını sağlamaktır. Bunun ile beraber, sonraki aşamalarda gruplar tarafından yayınlanmış olan bir kitapta makro iktisadi politikaların kadın girişimcilerin üstündeki etkileri ve kadın girişimcilerin bütçe uygulamasını oluşturmadaki rol ve statüleri üzerinde durulmaktadır (UNDP, 2005: 25). 2005 ve 2008 yılları arasında bütçe raporlarında tüm bakanlıklara cinsiyete duyarlı bütçe projeleri hazırlanmıştır (BMF, 2009: 3-8).

2.4.5 HİNDİSTAN

Hindistan’da kadın girişimciliğin artırılması yönünde BMKKF’nun cinsiyete dayalı bütçe yaklaşımında ilk çalışmalar yapmıştır kadın girişimcilerin liderliğiyle konuya Hindistan çapında değer verilmiş olup, çalışmalar dikkatle takip edilmiştir. Günümüzde 22 eyalet bütçesinde kadın girişimciye hassasiyet göstermişler 2000 ve 2001 ve 2001 ve 2002 yıllarında Ulusal Ekonomik Araştırmalarında bütçeleme de kadınların aleyhine eşitsizlikler yapıldığı vurgulanıp, kadınların iş ortamlarına girmelerini gerekli olduğunu beyan etmişlerdir (Leadbetter, 2004: 3).

2.4.6 İTALYA

İtalya ülkesinde cinsiyete dayalı ilk çalışmalar 2000’li yıllarda Fırsat Eşitliği Bakanlığınca düzenlenen seminer ile başlanmıştır. Bakanlık merkezi bütçeleri hazırlar iken cinsiyetle alakalı ayrımcılık olgusunun engellenmesini dikkatlice izlenilmesini vurgusunu yapmıştır. 2002 yılına kadar 4 merkezi şehirde uygulanan projelerin başarılı olmadığı görülmektedir. Bunun ile beraber proje, günümüzde topluluğun önemli bir kesimin kapsamıştır. Bu başarıda; devlet çapında düzenlenmiş olan eğitim ve konferansların, cinsiyet eşitliği anlamında yazar ve siyasetçiler tarafından halkın bilinçlendirilmesini iş birliği ve şeffaflığının, uzun zamanlı planlarının rolü çok büyüktür (Vingelli, 2010: 1-4).

2.5. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖRNEKLERİ

2.5.1. DEMET MUTLU ÜÇOK – TRENDYOL

Amerikalı “*Fortune Dergisi*”nin yaptığı bir çalışmada Dünyanın En Güçlü 10 Kadın Girişimcisi arasına seçilen Demet Mutluyu Jön Türk olarak vermiştir. Derginin Jön Türk olarak tanıtmasının amacıyla, Demet Hanımın birden fazla işle uğraşması ve yapmış oldukları işleri yüksek bir seviyeye taşımasıdır. Trend yolun kurucusu Olan Mutlu aynı zamanda CEO’su olarak bilinmektedir(www.pazarlamasyon.com.tr, 2020).

2.5.2. GAMZE CİZRELİ – BİGCHEFS

Gamze Cizreli 1968 yılında doğmuştur. OTDÜ’de İşletme fakültesini bitirmiş 3 sene sonra ABD-Türk savunma sanayisinde yer almıştır. Daha sonra eşi ile beraber “*Cafemiz*” adında bir kafe açmıştır. Cappucino ile Ankara’lıları ilk kez tanıştıran ve bu anlamda yapmış olduğu kreple ve elmalı turta ile Ankara’lıların yaşam standartlarını değiştirmiştir. “*Cafemiz*”de başarılı olamayan Cizreli, Kuki ve Uzak Doğu yemeklerinin satıldığı “*Quick China*”yı kurmuştur. 2005 yılında Quick China ile deflas eden Cizreli pes etmeyip yeni bir girişim ve büyük bir borç ile “*Bigchefs*”i kurmuş, böylece istediği başarıyı yakalamıştır. 2012-2013’de “*Ekonomist Dergisi*”nin düzenlemiş olduğu “*Yılın İş İnsanları*” yarışmalarında “*Yılın Kadın Girişimcisi*” ödülünü almıştır (www.pazarlamasyon.com.tr, 2020).

2.5.3. OPRAH WINFREY — HARPO PRODUCTIONS

O. Winfrey hayatındaki kuvvet, servet ve hayırseverlik baya yüksek bir seviyededir. Çocukken çok zor dönemler geçmiştir. Daha sonra kadın girişimcilik anlamında yapmış olduğu değişimlerle birlikte çok farklı boyutta kendisini değiştirmiştir. Winfrey’nin yükselmesinde ilk aşaması 17 yaşına girdiğinde “*Bayan Siyahi Tennessee Güzeli*” seçilmesi ile olmuştur. Böylece basın/yayın hayatına giren ve bölgesel televizyonlarda sunucu olarak yayın yapmaya başlamıştır. Daha sonra ilk söyleşi yayını yaptı ve seyirci tarafından çok tutuldu. 1986 da “*Harpo Communications*”ın kuruluşunu gerçekleştirdi ve “*Oprah Winfrey Show*”a ait hukuksal her şeyi üzerine devretti. Sonrasında ülkesindeki en zengin kadınların arasına girdi (www.pazarlamasyon.com.tr, 2020). Başarılı bir aktivist, yapımcı, oyuncu ve medya imparatoru olan Oprah Winfrey, bu alanda işini en iyi yapan kadın girişimci olarak seçilmiştir.

2.6 DÜNYADA ve TÜRKİYE’DE İSTİHDAMDA CİNSİYET AYRIMI

Dünya genelinde kadın istihdamı oranlarına bakıldığında en büyük oran İsveç ve Norveç’tedir. Şekil 2’de değişkenlik gösteren gelir gruplarından sekiz farklı ülkenin kadın/erkek istihdam sayısının genel nüfus sayısına oranı verilmiştir. ILO verileri esas alınarak gelişen ülkeler istihdam seviyelerine göre sıralanmıştır. Tablo 6’ya 2000’li yıllardan itibaren bakıldığında İsveç’te istihdam seviyesinin; %66.5 erkek, %58.4 kadın olduğu görülmektedir. 2018’de erkek istihdamı %67.4’ken kadın istihdamı %60.8’e çıkmıştır. Aynı yıllarda Norveç’in istihdam verilerine bakıldığında; 2000’de %69.5 erkek, %58.3 kadın iken, 2018’de %64.7 erkek, %58.7 kadın istihdamı olarak gerçekleşmiştir. Norveç ve İsveç’te istihdam oranları incelendiğinde kadınlarda istihdamın yükselişte olması dikkat çekmiştir. Danimarka istihdam verilerine bakıldığında ise; 2000’li yıllarda %68.8 erkek istihdam oranı yıllar ilerledikçe düşmüş ve 2018’de kadın istihdam oranı ile hemen hemen aynı seviyelere ulaşmıştır.

İsveç, Norveç ve Danimarka yüksek gelirli ülkeler iken tablo 6’da ki Meksika ve Türkiye orta-yüksek gelirli ülke seviyesindedir. Meksika’nın istihdam verileri incelendiğinde; 2000’li yıllarda %82.6 erkek, %38.9 kadın istihdamı varken, 2018’ gelindiğinde bu oran %79 erkek, %44.1 kadın istihdamı olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’de ise istihdam oranları; 2000’de %67.8 erkek, %24.7 kadın iken, 2018’li yıllarda %64.9 erkek, %27.7 kadın istihdamı olmuştur. Meksika ve Türkiye’de kadın istihdamına katılım artmış olsa da yeterli kadar katılım sağlanamamıştır. Güncel verilere göre hala her dört kadından üçü iş hayatına dahil olamamaktadır.

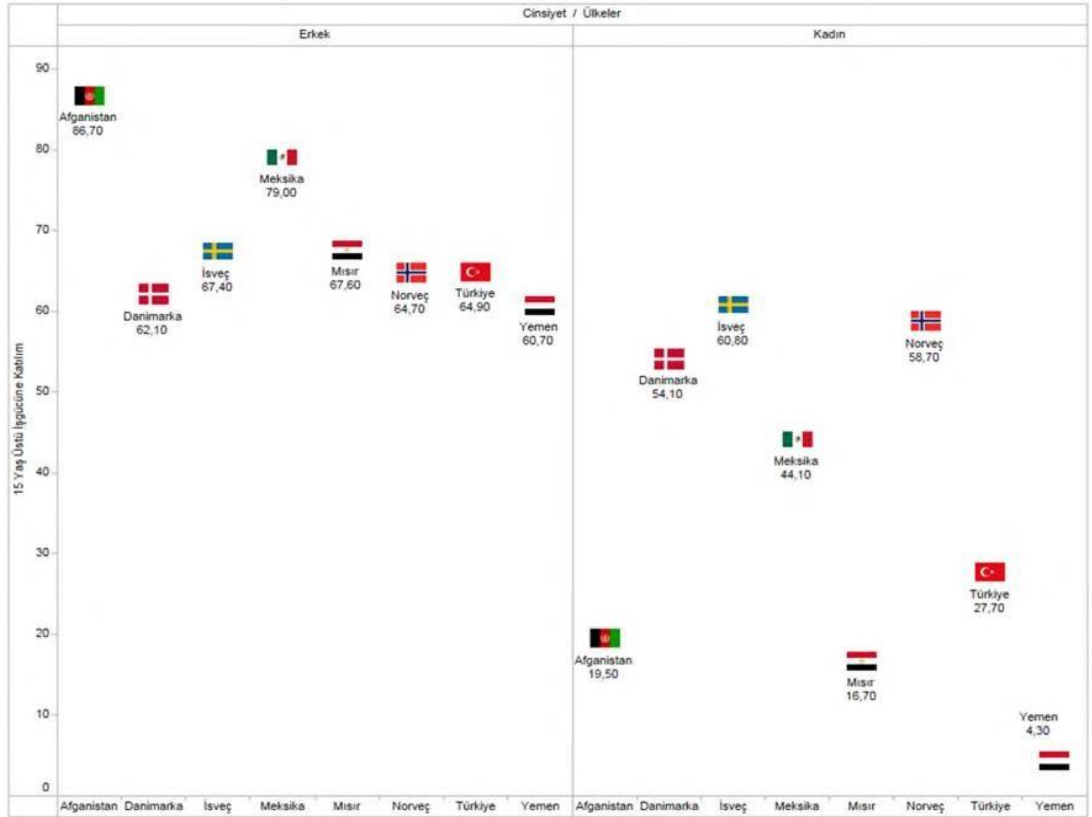
Tablo 6: Seçilen Ülkelerdeki İstihdam Oranları

ÜLKELER	Cinsiyet	Yıllar				
		2000	2015	2016	2017	2018
İsveç	Erkek	66,5	67,4	67,3	67,4	67,4
	Kadın	58,4	58,9	60,6	60,7	60,8
Norveç	Erkek	69,5	67,2	65,4	64,7	64,7
	Kadın	58,3	59,7	58,7	58,7	58,7
Danimarka	Erkek	68,8	63,3	62,1	62,2	62,1
	Kadın	57,1	55,9	54,2	54,1	54,1
Meksika	Erkek	82,6	80,1	79,3	79,1	79
	Kadın	38,9	43,2	43,9	44	44,1
Türkiye	Erkek	67,8	62,4	65,1	65,3	64,9
	Kadın	24,7	24	27,5	28,1	27,7
Afganistan	Erkek	86,5	86,6	86,7	86,7	86,7

	Kadın	14,5	14,7	18,7	19,4	19,5
Mısır	Erkek	68,7	70	66,9	67,2	67,6
	Kadın	15,6	16,9	16,4	16,5	16,7
Yemen	Erkek	62,6	60,2	60,1	60,8	60,7
	Kadın	17,6	4,5	4,5	4,5	4,3

Kaynak: www.ilo.org, 2018

Şekil 2: Kadın/Erkek İstihdamı Ve Seçilen Ülkelerdeki Dağılım Şeması (2018)



Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/>, 2018

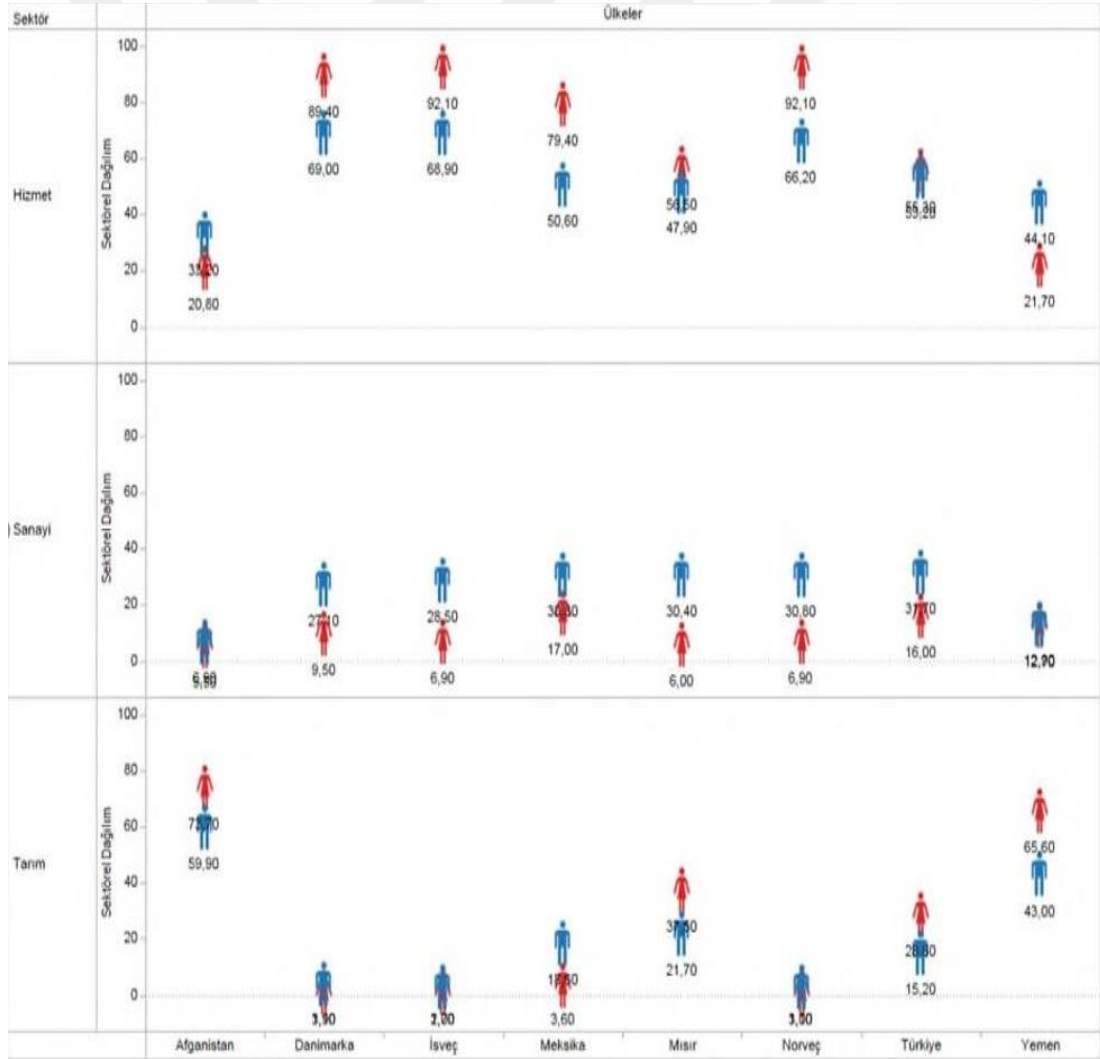
Meksika ile Türkiye orta-yüksek gelirli ülkelere girerken, Afganistan, Mısır ve Yemen az gelirli ülkeler arasındadır. Tablo 6'da 2000 yılında Afganistan, Mısır ve Yemen'de erkek istihdamına bakıldığında sırasıyla; %86,5, %68,7, %62,6 iken kadın istihdamı sırasıyla; %14,5, %15,6, %17,6 olmuştur. Bu oranlar 2018'e gelindiğinde sırasıyla; %66,7, 67,6, %60,7 erkek istihdamı, %19,5, %16,7, %4,3 kadın istihdamı olmuştur. Kadın istihdamı çok az seviyede artmıştır.

Bu verilere bakıldığında ülkelerin gelir düzeylerinin ve gelişmişlik seviyelerinin artmasının kadın istihdamını olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Aynı zamanda yüksek gelişmişlik düzeyine sahip ülkelerde kadın/erkek istihdamının oranlarının yakın

olduğu ve cinsiyet ayrımının minimum seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın gelişmeye devam eden ülkelerde kadın/erkek istihdamı oranlarındaki büyük farklar cinsiyet ayrımının da fazlaca olduğunu göstermektedir.

Ek1’ de İsveç, Norveç, Danimarka, Meksika, Türkiye, Afganistan, Mısır ve Yemen’in kadın ve erkek istihdamında dağılımın hangi sektörler üzerinde olduğu verilmiştir. Şekil 3’de 2018 yılında sektörler üzerindeki dağılım görsel olarak ifade edilmiştir. Gelir seviyesi yüksek olan İsveç, Norveç, Danimarka’ya bakıldığında; kadın ve erkek istihdamında dağılımın en çoktan aza doğru, hizmet, sanayi, tarım sektöründe olduğu anlaşılmaktadır. Bu ülkelerde kadın istihdamının %80’den çoğu hizmet sektörüne yönelirken sadece %1’lik bir kısım tarım sektöründe istihdam etmektedir.

Şekil 3: Ülkelere Göre Kadın/Erkek İstihdamının Sektörlerde Oranı (2018)



Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/>, 2018

Orta/Üst gelir seviyesi grubuna dahil olan Meksika ve Türkiye'ye bakıldığında erkek ve kadın işgücünün tarım sektöründe ki istihdam payının, yüksek gelir seviyesinde ki ülkelere göre yüksek olduğu görülmektedir. Meksika'da tarım sektöründe istihdam edilen erkek oranının kadın oranına göre daha çok olduğu görülürken, Türkiye'de bu durum tam tersi şeklindedir. 2000 yılında Türkiye'de istihdam edilen erkeklerin %45,2'si hizmet, %28,1'i sanayi ve %26,7'si tarım sektöründe istihdam edilirken, kadınların %26,6'sı hizmet, %13,3'ü sanayi ve %60,2'si yani büyük çoğunluğu tarım sektöründe istihdam edilmektedir. Yıllar itibariyle hem kadınların hem de erkeklerin hizmet sektöründeki payı artarken tarım sektöründeki payı azalmıştır. Özellikle kadınların tarım sektöründeki istihdamı 2000 ile 2018 yılı karşılaştırıldığında %28,8'e yani yarıya düşmüştür. Böylece 2000 yılında kadın istihdamının yoğunluğu tarım sektöründe iken, 2018 yılında tarım en fazla istihdam sağlayan ikinci sektör konumuna düşmüştür. Gelir seviyesi az olan Afganistan, Mısır ve Yemen incelendiğinde ise, kadınların tarım sektöründeki kadın istihdam oranının, erkeklere oranla çok daha fazla arttığı görülmektedir. Özellikle Afganistan ve Yemen'de kadınların önemli kısmının tarım kesiminde istihdam edildiği görülmektedir. 2000 yılından 2018 yılına tarımda çalışan kadınların oranında düşüşler yaşansa da, anılan bu ülkelerde tarım daima kadınların en fazla istihdam edildiği sektör olmuştur.

Ek 1 ve Şekil 3 genel hatları ile incelendiğinde; ülkelerde gelişme seviyesi azaldıkça tarım alanında kadın istihdamı artmaktadır. Ülkelerde gelir düzeyi yükseldikçe kadın/erkek istihdam dağılımının neredeyse aynı olduğu, gelir düzeyi azalırken ise kadın ve erkeklerin sektörlere göre dağılımında adaletsizlikler olduğu ve kadınların büyük çoğunluğu tarım kesiminde istihdama katıldıkları tespit edilmiştir. Ek 2'de istihdam edilen kadın ve erkeklerin statülere göre dağılımı verilmiştir. İlk olarak İsveç, Norveç ve Danimarka'da erkeklerin ve kadınların büyük çoğunluğunun yani yaklaşık %85-%95 oranında başkası hesabına çalıştığı göze çarpmaktadır. Geriye kalan kesim ise sırasıyla kendi hesabına, işveren konumunda ve aile işçisi olarak çalışmaktadır. Bu ülkelerde aile işçisi statüsünde çalışan erkek ve kadın oranı genel olarak %1'in altında gerçekleşmiştir. Meksika ve Türkiye'de ise, aile işçisi olarak çalışan erkek ve kadın oranının gelişmiş ülkelere göre daha yüksek olduğu, cinsiyetlere göre karşılaştırma yapıldığında ise aile işlerinde kadın istihdamının, erkek istihdamına göre daha çok olduğu belirlenmiştir. 2000'li yıllarda Türkiye'deki veriler

incelendiğinde ise kadın istihdamının büyük çoğunluğunun aile işlerini yürüttüğü, erkeklerde ise %8.6'lık bir kesimin aile işleriyle ilgilendiği görülmüştür. 2018'de kadınların aile işlerine katılımı %28 seviyesine düşmüştür.

Ülkemizde Ek 1 ve Şekil 3'deki verilere göre 2000'li yıllardan 2018'e kadar olan dönemde kadın istihdamında tarım sektörüne dağılan pay azalmıştır. Tarım sektöründe istihdam etmeye devam kadınların büyük çoğunluğu ise aile işlerinde çalışmaktadır. Afganistan, Mısır ve Yemen'de de kadınların erkeklere göre aile işlerinde daha çok çalıştığı belirtilebilir. Genel olarak Ek 2'ye bakıldığında; gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelerde kadın/erkek istihdamının aynı statülerde dağılım gösterdiği görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelereyse kadın/erkek istihdamında dağılımın statüsünde uç farklılıklar olduğu, kadınların çoğunlukla aile işlerini yürüttükleri söylenebilir.

2.6 DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN MEVCUT DURUMUNUN KARŞILAŞTIRILMASI

Ülkemizde kadın girişimcilerin faaliyetlerinin temelinde uyum politikalarının etkileri ile azalan ev gelirlerine yönelik olarak geliştirilen ve kadın girişimcilerin bir başarısına küçük iş yerleri kurma niyetiyle harekete geçmelerine dayanılmaktadır. Özellikle kadın girişimciler hizmet sektöründe faaliyet gösterirler. Kadın girişimciler işletme kurmak için bütçesi az ve küçük bir sermaye ile başlayıp, düşük bir gelire kendi işlerinde yoğunlaşırlar (Fidan ve Yılmaz, 2006: 2). Kadın girişimcilerin bu istek ve dilekleri ev halkına katkı sağlamak ve ücretli işlere yoğun olarak katılmaları, kadın girişimcilerin iktisadi faaliyetlere girişini seri hale getirmiştir. Ama ülkemizde özellikle başvuru alan işlerde nitelikli beceri ve eğitimi olmayan kadın girişimcilerin kendilerine iş bulmaları son ölçüde zayıf kalmaktadır. Bu bağlamda kadın girişimcileri kendi işinde çalışmaya teşvik etmektedir (Tamer, 2013: 651).

Tablo 7: Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı (2016-2018)Yıllar

Yıllar	Kadın (%)	Erkek (%)
2016	8	92
2017	8,1	91,9
2018	9	91

Kaynak: TÜİK, 2019

Hem işverenlerin hem de kendi hesabına çalışanların girişimci olarak

tanımlandığı hane halkı işgücü anketi istatistikleri Tablo 7 'de sunulmaktadır. Veriler incelendiğinde Türkiye’de hem iş veren hem de çalışan kesim dahilinde 2016 yılında kadınların sayısı %8, 2017 yılında %8.1 ve 2018 yılında %9 olmuştur. Ayrıca hem işveren hem de çalışan kesimin cinsiyet dağılımı incelendiğinde %26.3 erkek, %10.7’si ise kadınlardan oluşmaktadır (TÜİK, 2019).

Gün geçtikçe istihdam edilen kadın ve üst düzey pozisyonlardaki kadın sayısının artması ile birlikte işveren olarak çalışanların istihdam içindeki oranı kapsamında kadın sayısının da arttığı söylenebilir. Cinsiyete dayalı işveren oranları içerisinde kadınların sayısı özellikle son 5 yıldır düzenli olarak artış göstermektedir (TÜİK Hanehalkı İşgücü Araştırması, 2009-2019). Ancak diğer taraftan TÜİK Toplumsal Cinsiyet İstatistiklerine (2019) göre, kadınların çalışma hayatına girmesi ile birlikte en çok ev ile ilgili sorumluluklar sebebiyle eşler arasında sorunlar yaşandığı ortaya çıkmıştır (TÜİK, 2019).

Tablo 8: Bazı ülkeler ait Kadın girişimcileri Oranları (2019).

Ülkeler	Oranlar (%)	Ülkeler	Oranlar (%)
Gana	%46	Fransa	%25
Uganda	%33	Almanya	%25
Rusya	%34	İtalya	%25
Avustralya	%32	Şili	%25
Vietnam	%31	Filipinler	%24
İspanya	%29	Çin	%23
Kanada	%27	Güney Afrika	%18
Brezilya	%27	Endonezya	%16
Tayland	%25	Hindistan	%11
Bangladeş	%25	Türkiye	%9
A.B.D	%25	Cezayir	%8
Birleşik Krallık	%25	Birleşik Arap Emirlikle	%3

Kaynak: OECD, 2020.

Tablo 8’de sunulan kadın girişimcilik araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’deki kadın girişimciliği oranı diğer ülkelere göre genel olarak düşük düzeydedir. Kadın girişimciliği oranı Türkiye’de % 9 olup, bu oran tabloda yer alan ülkeler arasında en alt sıralarda olduğu görülmektedir. Ülkemizde girişimcilik yolu ile kadın girişimcilerin ekonomiye katılımlarını yükseltmek amacıyla teşvik politikasını geliştirmektedir. Örneğin; kredi ve hibe destekleri, kredi fırsatları, yasal düzenlemeler, girişimciliği teşvik eden etkinlik ve projeler, destek programları farklı etmenler aracılığıyla

gerçekleştirmesi beklenmektedir.

KOSGEB, kadın girişimcilerin kendi işlerini kurması ve faaliyetlerini sürdürme süreçlerinde finansal destek sağladıkları kurumların başında gelmektedir. Türkiye’de kadın girişimciliğini arttırmak üzere pek çok eğitim ve kurs verilmektedir. Ayrıca kadın girişimcilere özel teşvik ve destek paketleri bulunmaktadır. Destek verirken kurumun izlediği iki yol vardır. Birincisi, kadın istihdamını arttırmak için kadınların kendi iş yerlerini açmasına yardımcı olmak, iyi bir işveren olabilmesi için gereken eğitimleri vermek ve geri ödemeli/ödemesiz olarak verilen maddi destek paketleriyle küçük-orta ölçekli girişimlere teşvik etmektir. İkincisi, kadınların evde yapabilecekleri üretim/hizmeti desteklemek amacıyla verilen düşük miktartlı kredilerdir. İki yöntemde de kadınlara yönelik olarak geliştirilmiş fırsatlar dâhilinde kadınların güçlendirilmesi amaçlanmaktadır (Kadın Emeği ve İstihdamı Girişimi Araştırma Raporu, 2013).

Kadınları girişimciliğe yönlendirmede bahsedilen birinci yöntem KOSGEB ile İŞKUR (Türkiye İş Kurumu) arasında ki “*Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi İş Birliği Protokolü*” kapsamında verilen temel seviye girişimcilik eğitimlerinde görmek mümkündür. Ülkemiz de girişimci kadınlar için verilen eğitimlerden pek çok kadın faydalanmaktadır. Verilen eğitimlerin sonucunda kadın girişimciler KOSGEB tarafından verilen geri ödemeli/ödemesiz olarak verilen maddi destek paketlerinden yararlanabilmektedir. KOSGEB tarafından geri ödemeli/ödemesiz olarak verilen maddi destek paketleri kadın girişimcilere, erkek girişimcilere nazaran %20 oranla daha yüksek verilmektedir. KOSGEB “*Girişimcilik Proje Destek Programı*” dahilinde verilen hibe miktarı erkek girişimcilere %60, kadın girişimcilere %80’dir.

KOSGEB ve İŞKUR’un dışında destek sağlayan başka kuruluşları ile sivil toplum kurumları da vardır. Bu kurumlardan bazılarına; “*TÜBİTAK, Kalkınma Ajansları, KAGİDER, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), TOBB Kadın Girişimciler Kurulu, Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Akdeniz Girişimci İş Kadınları Derneği (AGİDER), Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV), İŞKAD, Girişimci İş Kadınları Derneği (GİŞKAD), Arya Kadın Yatırım Platformu, Kadın ve Genç Girişim Merkezi Derneği (KGEM), Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği (ANGİKAD)*” örnek olarak verilebilir.

Türkiye’de yapılan çalışmalar ile kadınların girişimci olabilmelerini engelleyen faktörlere çözümler bulunmaya çalışılmaktadır. Yapılan çalışmalara örnek olarak ;

“Kadın Girişimciler İçin Mentorler Ağı, Kadın Girişimci Elçiler Ağı, Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı (WES), Kadın Girişimciliği Portalı” yer almaktadır (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2015- 2018).

Dünyada aynı şekilde birçok kadın iş ağı ve topluluğu, AB ve komşu bölgelerindeki binlerce kadın girişimciye destek vermektedir. Bazılarının daha aktif ve gelişmiş olmasına rağmen kapsamı ve rolleri ülkeden ülkeye ve bölgeden bölgeye değişiklik göstermektedir. Bunlardan bazıları; *“FCEM (Dünya Kadın Girişimciler Derneği), AFAEMME (Akdeniz İş Kadınları Örgütleri Derneği), FEM (Kadın Girişimcilik Toplantıları), Girişimci Kadınlar Ağ Toplulukları, YWEA (Genç Kadın Girişimciler Derneği)”* olarak sıralanabilir.

2015 yılında G20 dönem başkanlığı döneminde Türkiye G20 adı altında “W20” (Kadın20) kadın ağını, cinsiyet eşitliği ve ekonomiye eşit katılım anlayışı ile kurmuştur. Bu ağ ile; *“kadınlar için kurs, istihdam ve girişimcilik arasındaki bağlantının güçlendirilmesi, iş-özel hayat dengesinin ayarlanmasının sağlanması, yönetici kadınların sayısının yükseltilmesi, kadınların finansal kaynaklara erişiminin kolaylaştırılması, işyerlerindeki cinsiyet ayrımcılığının kaldırılması, kadın ağlarının ve kadınlara ait işyerlerinin desteklenmesi, yeterli sosyal koruma imkânı sağlanması ve sürdürülebilirliğe katkıda bulunulması amaçlanmaktadır”* (GE Türkiye Kadın Raporu, 2017).

Küresel Girişimcilik Monitörü Araştırmasına (GEM-2016/2017)’e göre ülkemizdeki 2016 senesindeki girişimcilik oranındaki azalışların sebebi erkek girişimcilerden kaynakladığı görülmektedir. 2016 senesinde erkeklerin erken zamanda girişimcilik faaliyetlerine katılmalarında azalma görülmüşken, kadın girişimcilerin oranında yükseliş olmuştur. Ülkemizde kadın girişimcilik faaliyetlerin daha çok etkili olma başladığı beyan edilebilir.

Ülkemizde, 2018 ve 2019 yıllarında küresel girişimcilik izleme raporunda, erken döneme girişimcilik aktivitesinin toplamında 48 devlet içerisinde 15.nci sırada yer alır. Global Girişimcilik İzleme Raporuna binaen devletler girişimciliği destekleyen şartları kabul edilip incelenirken, on iki farklı ölçütte, NECI (Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi)’ne göre ölçülmektedir. Ülkemiz 5.1 skorla Kuzey ABD ve Avrupa bölgeleri içerisinde ortanca bir konumdadır. Girişimcilik aktivitesi yönünden yoğun iş oluşturma

isteklerinde yüksek olduğu ülkemizde birçok kez kadın girişimcilerin erkeklere göre geri kalan 6 devletten biri olarak görülmektedir (Kagider Raporu, 2019).

TÜİK'in 2019 Haziranında yayınladığı iş gücü verilerince Türkiye'de 15-64 yaş arası 317.500 kadından, 90.000'u çalışmaktadır. Kadın istihdamı %29.3 olarak belirlenmiştir. Yani erkeklerde 100 kişiden 77 kişisi işgücüne dahil olurken, kadınlarda 100 kişiden 33 kişinin istihdamı yapılabilmektedir. Türkiye'de iş gücüne dahil olabilecek kadın iş gücünün büyük çoğunluğu kullanılmamaktadır. Ancak ülkemizde kadınlarda da erkeklere nazaran çok yakın bir girişimcilik potansiyelinin olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarda kadınların %40'nın erkeklerin ise %45'nin girişimcilik değerine olumlu bir açıdan bakıldığı görülmektedir. Ama kadınlardaki bu potansiyelin hayata yansıtılmadığı görülmektedir. Türkiye'de çok düşük olan bu kadın girişimci oranları %8 olarak görülmektedir (www.kagider.com.tr, 2020).

Türkiye gelecekte ekonomik açıdan yetkin olabilmesi için kadın girişimciliğin desteklenmesi gerekmektedir. Kadın girişimcilerin yatırım yapmalarını desteklemek, kadın girişimcilerin problemlerine çözüm odaklı yaklaşmak, kadın girişimcilerin rekabet tecrübelerini geliştirmek amacıyla ve ülkemizin refahını ve iktisadi yükselmesine hız kazandıracaktır. Kadınların girişimcilik alanına daha çok dahil edilmesi için verilen eğitimler ve teşvikler çok önemlidir. Kadın girişimcilerin kurdukları işyerlerinin kuruluşu aşamasında ve faaliyetlerini sürdürürken önlerine çıkabilecek engellerden korumak ve etkinliklerini devam ettirmeleri için desteklerin devamlı olması önemlidir.

2.8 DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Kadın girişimciler kültüre ve ülkelere göre değişiklik olarak göstermiştir. Aşağıda tablo da dünya genelinde ve Türkiye'deki Kadın girişimcilerin farklılık ve benzerliklerine değinilmiştir.

Tablo 9: Dünya ve Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Benzerlik Ve Farklılıkları

DÜNYA'DA KADIN GİRİŞİMCİLER	TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLER
*Bağımsızlık talebi	*Bağımsızlık talebi
*Ülkelerin kadın girişimcilerine verilen destek (Hibe, Proje)	*Eğitim seviyesinin düşüklüğü nedeniyle iş bulamama korkusu

*Kararları kontrol edilebilme	*Toplum baskısından kurtulmak ve aile içerisinde söz sahibi olmak
*Yaşadığı ülkelerde Üretken olma ve ülkeye katkı sağlama	*Üretken olma ve İlerleyen zamanlarda boşanma riskine karşı önlem almak
*Tüm gücü eline alma	*Ücretli bir işte çalışmak
*Hem eve hem de kendisine ek gelir sağlama	*Aileye ek gelir sağlayabilme
*Ataerkil yaşamaktan sıkılma ve özgür yaşama isteğe	*Bağımsız ve özerk yaşama
*Cam tavanı sendromunu ortadan kaldırmak	*Cam tavanı sendromunu ortadan kaldırmak

Kaynak: Tarafımızdan Oluşturulmuştur

Ülkemizde kadın girişimci profiline bakıldığında doğusu ile batısı arasında oldukça fark olduğu görülmektedir. Bölgesel kalkınma açısından ülkenin her yöresinde özellikle kırsal alanda kadın girişimcilerin desteklenmesi hatta belli bir süre pozitif ayrımcılığın yapılması önemlidir. Bölgeler arası gelişim farkı da böylece asgari düzeye indirilecektir. Fakat ülkemizdeki kırsal bölgelerdeki temel geçim kaynakları ve ihtiyaçlar farklılık gösterdiğinden, bu bölgelerle ilgili öncelikle bir etüt çalışmasının yapılması, ardından uygun istihdam ortamının yetkililerce sağlanması önemlidir (Dursun, 2006: 308-309). Genel olarak kadın girişimcilerin bir sorunu da cam tavanı sendromudur. Bu sendrom dezavantajlı kişilerin özellikle hiyerarşinin üst basamaklarındaki temsilinde yaşanan ve işe bağlı özelliklerle açıklanamayan sorunları vurgulamaktadır. Cam Tavan Endeksi (The Glass-Ceiling Index)'nin 2018 raporu da dünya genelinde iş yerinde yaşanan cinsiyet eşitsizliğinin son yıllarda azalma göstermekle birlikte sürdüğüne işaret etmektedir (Küçükkömürler ve Aydın, 2019: 45). Ülkemizde son yıllarda kadın girişimciliği konusu üzerinde durulmaktadır. Fakat yürütülen çalışmaların bütüncül olmadığı görülmektedir. Bu da çalışmaların başarıya ulaşmasını güçleştirmektedir. Bu bağlamda kadın girişimciliği ile ilgili yürütülen politikaların sosyal yapı, ekonomik yapı ve kültürel yapıyı hep birlikte temel alması gereklidir.

3. KOSGEB DESTEKLİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN İNCELENMESİ: NİĞDE İLİ ÖRNEĞİ

3.1 KADIN GİRİŞİMCİLER İLE İLGİLİ LİTERATÜR TARAMASI

Akgemci (2005); Serbest meslek erbabı kadın girişimciler üzerine araştırmalar yapmıştır. Kadın girişimcilerin profili ve cinsiyetleriyle ilgili olarak karşılaştıkları sorunlar konusundaki teorik bilgileri test etmiştir.

Sertkan ve Sakinoğlu (2008); Düzce ilinde girişimcilik ve kadın girişimciliği alanında araştırmalar yapmış ve Düzce ilinin Esnaf ve Sanatkarlar Odasına bağlı bir grup kadın girişimci ile görüşmeler yaparak, girişimlerini olumsuz etkileyen unsurlara çözüm bulmaya çalışmışlardır.

Güleç (2011); Çalışmasında; kadın girişimcilerde alınan eğitimlerin iş alanlarına katıla bilmeleri için ne derecede yeterli olduğunu ve bu girişimcilerin taşıması gereken temel özellikleri belirlemiştir. Aynı zamanda Karaman ilinde yaptığı bu çalışmada girişimci ruhuna sahip kadınların sorunlarının kaynağını ve başarılarını engelleyen faktörleri belirleyerek çözümler sunmuştur.

Büyükcoşkun (2014); Çalışmasında kadınların yüksek düzeyli istihdamına bağlı olarak ortaya çıkan sosyal siyaset sorunlarından dışsallaştırılan çocuk bakımının yani anne-dışı bakımın yol açtığı sosyal siyaset problemleri incelemiştir. Türkiye’de kadın istihdamını yükseltme politikalarına mevcut haliyle devam edilmesi halinde gelişmiş ülkelerdeki gibi sosyal problemlerle karşılaşacağı, bu durumun ise Türkiye’nin kabul ettiği sosyal politika hedefleriyle uyumlu olmadığı hipotezi test edilmiştir.

Eryılmaz (2014); Kahramanmaraş’ta farklı sektörlerde hizmet veren kadın girişimciler üzerinde yaptığı çalışmalarda, girişimci profillerini, neden girişimci olduklarını, karşılarına çıkan problemler ile nasıl başa çıktıklarını incelemiştir. Elde ettiği veriler ışığında gerekli önemi göremeyen kadın girişimcilerin iş hayatında uzun süre bulunamadıklarını savunmuştur.

Özdemir (2014); Ülkemizde girişimcilik ve motivasyon faktörlerini incelemiş ve Eskişehir ilinde kadın girişimcilik alanında araştırmalar yapmıştır. Çalışmasının konusu; kadın girişimcilerin girişimci olmalarında ki olumlu/olumsuz etkileri belirleyerek, girişimci bir kadının temel özelliklerini bu etkilerin etkileyip etkilemediğini belirlemektir.

Yirik ve Yıldırım (2014); Girişimcinin bir işi ilerletip fırsatları yakalayabilmesi için belirsizliklerden kaynaklı risklerin sorumluluğunu alması büyük önem

taşımaktadır. Antalya ilindeki çalışmalarında turizmde istihdam eden girişimci kadınların sahip olduğu alışkanlıkları ve turizm alanında ilerlemek için alabilecekleri risklerin ilişkisini incelemişlerdir. Araştırmalarının sonucunda alışkanlıklar ve risk alabilme arasında doğrusal bir ilişki bulunmuştur. Yöre içerisinde kadın girişimcilerin güçlü bir girişimci olabilmek içinde belirsizliklerin ve risklerin sorumluluklarını aldıkları görülmüştür.

Çabuk, Südaş ve Araç (2015); Girişimci kadınların özelliklerini bulmak, karşılarına çıkabilecek sorun ve bu sorunlara çözüm bulurken nasıl bir yol izlediklerini öğrenmek, bütün bu veriler ışığında yeni çözüm/öneriler geliştirmişlerdir. Adana ilinde, girişimci kadınların kurduğu işyerlerinin sürdürülebilir bir sistemde olabilmesi için nasıl bir pazar stratejisi izlediklerini araştırmışlardır.

Toptaş (2015); Çalışmasında ülkemizde kadın işgücünün etkinliğini, ekonomik kalkınmanın kadınlarda istihdam olanaklarını etkileyip etkilemediğini, sayısal veriler ile hesaplamıştır. Araştırmasının sonucunda, 2000 ve 2013 arası yıllarda ülke ekonomisinde olumlu büyümeler olmasına rağmen kadın istihdamının da yeterli büyüme görülmemiştir. Dünya’da nüfusun yarısının kadınlardan oluştuğuna ve cinsiyet eşitsizliklerinden dolayı iş hayatına dahil olmadıklarına dikkat çekmişlerdir. Kadın istihdamının artırılmasının hem işgücü eksikliğini gidereceğini hem de ekonomik kalkınmayı hızlandıracağını savunmuşlardır.

Arslan (2015); Çalışmasını Bitlis ilindeki girişimci kadınların ekonomik konumunun ve iş yaşamındaki etkinliklerinin analizi üzerine yapmıştır. Kadın istihdamının göz ardı edilmesinin, oluşabilecek yeni ekonomik fırsatların kaybolması sonucunu doğurduğunu savunmuştur.

Kaygın ve Güven (2015); Türkiye’de ki girişimci kadınların çevre kaynaklı etkenlerin ve cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklı sorunların girişimci olmalarında nasıl etkiler yapığını araştırmışlardır. Alınan eğitimin, girişimci olmalarındaki temel etkenin, işyeri açarken ve iş yürütürken karşılarına çıkan engellerin neler olduğunu incelemişlerdir.

Memişoğlu, Eylemer ve Akyol (2016); Ülkemizin Avrupa Birliğine uyum sürecinde birçok alanda yaptığı değişim ve çalışmalar için milli planlar, bölgesel hedefler belirlenmiştir. İzmir’de girişimci kadınlara özel verilen eğitim/kursları araştırarak, yapılan çalışmaların kadın istihdamına etkilerini ve bu etkilerin olumlu yönde arttırılabilmesi için neler yapılabileceği konusunda alternatif öneriler geliştirmişlerdir.

Çalışır (2016); Girişimci ve toplum arasındaki iletişimin nasıl olduğu incelenmiştir. Kadın girişimciler ile görüşmeler yaparak cinsiyet ayrımına karşın; bir girişimcinin karşılaştığı tüm sorunlara sabır, azim ve irade ile karşı çıkması gerektiğini belirlemiştir. Girişimcinin toplumsal ilişkiler kurmasının oldukça önem taşıdığını, işlerin sürdürülebilirliği için bunun gerekli olduğunu savunmuştur.

Özyılmaz (2016); Ülkemizdeki girişimci kadınları ve karşılarına çıkan engellerin neler olduğunu belirlemek için araştırmalar yapmıştır. Kadınların girişimcilik özelliklerini yüksek oranda sağladıklarını, bu alanda gerekli desteği alabildiklerinde, kendilerini kanıtlamada başarılı oldukları savunmuştur.

Arıkan (2016); Bursa'da ki girişimci kadınların; etkinliklerini belirlemeyi, onları girişimciliğe teşvik eden etkenleri bulmayı, motivasyonlarını sağlayan etkileri bulmayı hedeflemiştir. Sonuç olarak yaşanan prosedür zorluklarının, maddi kaynak yoksunluğunun ve kredilere ulaşmanın zor olmasının vb. faktörlerin girişimcilikte başarı elde etmeyi zorlaştırdığı belirtilmiştir.

Yaşar (2017); Çalışmasında iktisadi ve toplumsal ilerlemenin kilit taşı olarak girişimciliği incelemiştir. Düzce ilinde yaptığı araştırma ile kadın girişimcilerin genel profillerini çıkarmayı iş kurma sürecinde ve sonrasında yaşadıkları sorunları analiz etmiştir.

Mesci, Karagöz ve Özgenç (2018); Kadın girişimcilerin bölge ekonomisinin kalkınmasına ve büyümesine destek olduklarını savunmuşlardır. Kadın girişimcilerin bölgesel kalkınmadaki etkilerini, Akçakoca ilçesindeki kadın girişimcilere uygulanmış yapılandırılmış görüşme tekniği verileri ile anlatmaya çalışmışlardır.

Palaz ve Turgut (2018); Balıkesir'de ki girişimci kadınların özelliklerini, iş kurarken ki beklenti ve bu beklentileri alıp/alamadıklarını belirlemiştir. Çalışma sonucunda, girişimciler üzerinde coğrafyanın etkilerini, iş bölümlerini, gelecekte olmak istedikleri seviyeyi, yaşadıkları sorunları vb. birçok konuya çözüm önerileri sunmuşlardır. Kadın girişimcilerin çok yönlü olarak teşviklerle desteklenmeleri gerektiğinin üzerinde durmuşlardır.

Balcı (2019), genel olarak kadın girişimcilerin emeklerinin değersiz kabul edilmesinden ve bu alanda destekleyici teşviklerin yeterli olmamasından dolayı kendilerini gösteremediklerinden bahsetmiştir. Kastamonu ili üzerinde yaptığı çalışma ile bu düşüncesini destekleyici veriler elde etmiştir.

3.2. NİĞDE İLİ DEMOGRAFİK ve SOSYAL ÖZELLİKLERİ

Niğde ili, ülkemizin İç Anadolu Bölgesinde bulunan bir şehrimizdir. Nüfusu en güncel verilere göre 364.707'dir. Nüfusun %50.21'i erkek, %49.79'u kadınlardan oluşmaktadır. Yer altı sıcak su kaynakları, tarihi yapısı, doğa harikaları ve dağcılık sporu için elverişli tırmanış alanları Niğde'nin sahip olduğu değerli unsurlardandır. Halk geçimini tarımdan ve hayvancılıktan sağlamaktadır. Niğde elma ve patates üretiminde de önemli bir yere sahiptir. Aynı zamanda “*Merkez Organize Sanayi, Bor Deri Organize Sanayi, halı fabrikası ve diğer küçük sanayi kolları*” da istihdam sağlayan merkezlerdir. Ananevi el sanatlarının hala devam ettiği Niğde'de üretimi yapılan halı ve kilimler hem ulusal hem de uluslararası pazarda müşteriler ile buluşmaktadır (<https://www.endeksa.com/>, 2020).

Diğer bir istihdam alanı ise KOBİ'lerdir. Bu alanda girişimciliği arttırmak ve daha fazla istihdam alanı oluşturmak için Niğde ilinde Ahiler Kalkınma Ajansı bünyesinde yatırımı destekleyen ofisler bulunmaktadır. “*Ahiler Kalkınma Ajansı'na bağlı Niğde Yatırım Destek Ofisi*”, yatırımcılar için gereken bilgi akışını sağlamakta ve gereken planlamaları yapmaktadır. Niğde'de ki bu ofis direk olarak “*Ajans Genel Sekreterliği*” ne bağlıdır.

Yatırımı destekleyen bu ofisler; alanlarında uzman çalışanları, kurumsal iletişim ve gerekli deneyimlerle yatırımcılara gereken yönlendirmeyi yapmaktadır. “*Niğde Yatırım Destek Ofisi*”; yatırım yapılacak alanın analizini sunarak, gereken yönlendirmeleri yaparak, gerekli kurumsal ilişkileri ayarlayarak, yatırımcıları bu alan da yatırım yapmaları için ikna etmeye çalışır (<https://www.investinnigde.com/>, 2020). Niğde Yatırım Destek Ofisi bünyesinde bulunan KOSGEB 2019-2023 stratejik planında; araştırma/geliştirme, yeni fikir ve yerli üretim organizasyonlarının artması, KOBİ'ler yoluyla teknolojik üretimin yaygınlaşmasını hızlandırmak, girişimlere verilen destekleri arttırmayı hedeflemiştir. Tablo 10'da Niğde KOSGEB 2019-2023 stratejik planlama raporu ve girişimcilik analizinin sonuçları verilmiştir:

Tablo 10: Niğde KOSGEB 2019-2023 Stratejik Planlama Raporu Girişimcilik Analiz Sonuçları

<i>Amaç(A2): Yüksek Teknolojili Alanlar Ve İmalat Sektörü Öncelikli Olmak Üzere Başarılı İşletmelerin Kurulmasını Sağlamak Ve Girişimciliği Yaygınlaştırmak</i>									
Hedef(H2.3): Girişimcilerin İş Kurma Ve Yürütme Konularında Bilgi Ve Becerileri Geliştirilecektir.									
Performans Göstergeleri	Hedef Etkisi %	Plan Dönemi Başlangıç Değeri (2018)	2019	2020	2021	2022	2023	İzlenme Sıklığı	Raporlama Sıklığı
PG2.3.1 Girişimcilik Eğitimlerine Katılarak Katılım Belgesi Almaya Hak Kazanan Kişi Sayısı.	100	0	15.000	45.000	75.000	105.000	145.000	6 Ayda 1	6 Ayda 1
Sorumlu Birim	Girişimcilik dairesi başkanlığı								
İşbirliği yapılacak birim(ler)	Bilgi işlem dairesi								
Riskler	Girişimcilik eğitimlerine talebin düşük olması								
Stratejiler	* Eğitimler girişimcilerin ihtiyaçlarına göre çeşitlendirilecektir. * Girişimcilerin talepleri doğrultusunda eğitim programlarında esneklik sağlanacaktır.								
Tahmini maliyet	Girişimcilik eğitimleri elektronik ortamda sunulduğu için maliyeti bulunmamaktadır.								
Tespitler	* Girişimcilik eğitimlerine yoğun talebin olması. * Toplumda girişimcilik potansiyelinin artması.								
İhtiyaçlar	Girişimcilik eğitimlerinin kapsamının genişletilmesi ve eğitimlere ulaşma imkanının kolaylaştırılması.								

Kaynak: KOSGEB Stratejik Plan 2019-2023, 2020

Tablo 10'a göre girişimcilik alanında yoğun talep ve isteğin olması bu alanda verilen eğitim, destek ve teşviklerin artmasında önemli rol oynamaktadır. Niğde ilinde KOSGEB destekli kadın girişimci sayısı geçtiğimiz son yıllara oranla artmaktadır. Bu durum bize yapılan çalışmalara ve desteklere olan talebin yoğun olduğunu

göstermektedir. Eğitimlerin elektronik ortama taşınması ile daha çok girişimciye ulaşılması hedeflenmiştir.

3.3 ANALİZ VE YÖNTEM

Bu çalışmada Niğde ilinde bulunan girişimci kadınların çalışma koşullarını, sosyo-demografik özelliklerini, aile içi rol/statülerini, bağlı buldukları toplumsal sınıfı, ele alınan çalışma sistemi içinde bulunma nedenleri ve girişimci olabilmek için hangi zorluklardan geçtiği araştırılmıştır. Çalışma Niğde ilinde 2018-2019 tarihleri arasında faaliyet gösteren Niğde KOSGEB'e kayıtlı yetmiş (70) kadın girişimci ile gerçekleştirilmiştir. Deneklerin farklı sektörlerde çalışmalarına özen gösterilmiştir. Girişimcilerle yüz yüze ve telefon yolu ile görüşmeler yapılmış ve anket formu uygulanmıştır. Soruların hazırlanmasında içinde bulunulan sosyal çevre dikkate alınmıştır.

Araştırmada toplanan bulgular “*Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for Windows 22.0*” programı yardımıyla incelenmiştir. Bulguların değerlendirilmesi yapılırken tamamlayan matematiksel yöntemler sayı ve yüzdendir. Grup olarak alınan değişkenlerin karşılaştırılması yapılırken “*ki-kare*” analizi uygulanmıştır.

3.4 ANKET SONUÇLARININ İNCELENMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.4.1. BULGULAR VE YORUMLAR

İlk olarak, araştırmada belirlenen sorunların çözümleri için, araştırma dahilinde olan kadın girişimcilerin anket yöntemiyle elde edilen bulgularının analiz edilmesi sonucunda çıkan veriler sunulmuştur. Bu verilere göre gerekli açıklamalar ve yorumlar verilmiştir.

Tablo 11: Tanımlayıcı Özellikler

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Yaş		
25-34	28	40
35-44	30	42,9
45-54	12	17,1
Eğitim Durumu		
İlkokul	13	18,6
Ortaokul	10	14,3

İstihdam Edilen Eleman Sayısı		
Lise	25	35,7
Yüksekokul	14	20
Fakülte	8	11,4
Medeni Durum		
bekâr	22	31,4
Evli	42	60
Boşanmış	6	8,6
Çocuk Sayısı		
Yok	19	27,1
1	22	31,4
2	16	22,9
3	12	17,1
4	1	1,4
Sektör		
Ticaret	30	42,9
Hizmet	33	47,1
İmalat	7	10

Kadınlar yaş dağılımına göre; %40'ı 25-34 yaş, %42,9'u 35-44 yaş, %17,1'i 45-54 yaş aralığında dağılmaktadır. Kadın girişimcilerin yarısına yakının orta yaş olduğu görülmüştür. Kadınlar eğitim durumuna göre; %18,6'sı ilkokul, %14,3'ü ortaokul, %35,7'si lise, %20'si yüksekokul, %11,4'ü fakülte olarak dağılmaktadır. Bu bölgedeki kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun eğitim seviyesi lise olarak belirlenmiştir. Kadınlar medeni hallerine göre; %31,4'ü bekâr, %60'ı evli, %8,6'sı boşanmış olarak dağılmaktadır. Anket uygulanan kadın girişimcilerin yarısından fazlasını evli girişimciler oluşturmaktadır. Kadınlar çocuk sayısına göre %27,1'sinin çocuğu yok (büyük çoğunluk ile bekâr kadın girişimcileri kapsamaktadır), %31,4'sinin 1 çocuğu, %22,9'sinin 2 çocuğu, %17,1'inin 3 çocuğu, %1,4'ünün 4 çocuğu olduğu belirlenmiştir.

Kadınlar sektörlere göre %42,9'u ticaret, %47,1'i hizmet, %10'u imalat olarak dağılmaktadır. Bu bölgede kadın girişimcilerin neredeyse yarısına yakın kısmı hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Kadın girişimciler özellikle hizmet sektörünü tercih etmelerinin sebebi olarak hem kendisinin ve ailesinin ihtiyaçlarını karşılamak hem de gelir sağlamak olduğunu belirtmişlerdir. Kadınlar istihdam edilen eleman sayısına göre %30'u mali sebeplerden dolayı eleman istihdam etmediğini, %21,4'i 1 kişi istihdam ettiğini, %34,3'ü 2 kişi istihdam ettiğini, %14,3'ü 3 kişi ve üzeri istihdam olanağı

sağladığını belirtmiştir. Kadınlar girişimci olmadan önce çalışma durumuna göre %35,7’i evet, %64,3’ü hayır olarak dağılmaktadır. Seçilen gruptaki kadın girişimcilerin çoğunluğu daha önce çalışma hayatında deneyimleri olmadığını dile getirmiştir. Kadınlar girişimcilik kararını kimin verdiğiğine göre %52,9’u kendi, %31,4’ü eş ile birlikte, %15,7’si anne babayla karar aldığını belirtmiştir. Kadınlar mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumuna göre %21,4’ü evet, %78,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Anket sonuçlarına bakıldığında kadın girişimcilerimizin mesleki eğitim almak konusunda yeterince bilinçli olmadıkları, bu alanda daha çok çalışma yapılması ve kadın girişimciler ile iletişimin artırılması gerektiği görülmektedir. Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu geçmişte ki iş tecrübelerinin meslek hayatları için yeterli olduğunu düşünmektedir.

Tablo 19: Girişimci Olma Neden/Nedenleriniz Nelerdir?

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Ekonomik Zorunluluk		
Evet	49	70
Hayır	21	30
Ailenin Teşviki		
Evet	50	71,4
Hayır	20	28,6
Çalışma Hayatını Sevmek		
Evet	51	72,9
Hayır	19	27,1
Sosyal Prestij		
Evet	47	67,1
Hayır	23	32,9
Ücretli Çalışmaya Eşin ailenin İzin Vermemesi		
Evet	5	7,1
Hayır	65	92,9
Eşin Babanın Ölümünden Sonra İşin Devralınması		
Evet	3	4,3
Hayır	67	95,7
Ücretli İş Koşullarının Kötü Olması		
Evet	18	25,7
Hayır	52	74,3
Aile Gelirine Katkı		
Evet	57	81,4
Hayır	13	18,6
Ekonomik Özgürlük		

Evet	56	80
Hayır	14	20
Bağımsız Çalışma İsteği		
Evet	49	70
Hayır	21	30
Üretken Olma İsteği		
Evet	43	61,4
Hayır	27	38,6
Alınan Eğitim		
Evet	32	45,7
Hayır	38	54,3
Ücretli İş Bulamamak		
Evet	13	18,6
Hayır	57	81,4
Aile İş Sorumluluğu Arasında Dengeyi Kurma İsteği		
Evet	12	17,1
Hayır	58	82,9

Kadın girişimcilere “Girişimci Olma Neden/Nedenleriniz Nelerdir?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplarda; “Ekonomik Zorunluluk, Ailenin Teşviki, Çalışma Hayatını Sevmek, Sosyal Prestij, Aile Gelirine Katkı, Ekonomik Özgürlük, Bağımsız Çalışma İsteği, Üretken Olma İsteği, Alınan Eğitim” seçeneklerine grubun ortalama %70’i katılmaktadır. “Ücretli Çalışmaya Eşin ailenin İzin Vermemesi, Eşin Babanın Ölümünden Sonra İşin Devralınması, Ücretli İş Koşullarının Kötü Olması, Ücretli İş Bulamamak, Aile İş Sorumluluğu Arasında Dengeyi Kurma İsteği” seçeneklerine %15’lik kesim katıldığını ifade etmiştir.

Kadınlar ekonomik zorunluluğuna göre %70’i evet, %30’u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ailenin teşvikine göre %71,4’ü evet, %28,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar çalışma hayatını sevmeye göre %72,9’u evet, %27,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar sosyal prestije göre %67,1’i evet, %32,9’u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ücretli çalışmaya eşin ailenin izin vermemesine göre %7,1’i evet, %92,9’u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar eşin babanın ölümünden sonra işin devralınmasına göre %4,3’ü evet, %95,7’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ücretli iş koşullarının kötü olmasına göre %25,7’si evet, %74,3’ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar aile gelirine katkıya göre %81,4’ü evet, %18,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ekonomik özgürlüğe göre %80’i evet, %20’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar bağımsız çalışma isteğine göre %70’i evet, %30’u hayır olarak dağılmaktadır.

Kadınlar üretken olma isteğine göre %61,4'ü evet, %38,6'sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar alınan eğitime göre %45,7'si evet, %54,3'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ücretli iş bulamamalarına göre %18,6'sı evet, %81,4'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar aile iş sorumluluğu arasında dengeyi kurma isteğine göre %17,1'i evet, %82,9'u hayır olarak dağılmaktadır.

Tablo 110: Kendinizi Hangi Kişisel Özellikler İle Tanımlıyorsunuz?

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
İyi İletişim Kurabilen		
Evet	66	94,3
Hayır	4	5,7
Problemleri Kolaylıkla Çözebilen		
Evet	53	75,7
Hayır	17	24,3
Kendine Güvenli		
Evet	63	90
Hayır	7	10
Çevresindeki Kaynakları Ve İlişkileri İyi Değerlendirebilen		
Evet	46	65,7
Hayır	24	34,3
Akrabalarının Ve Yakın Çevresinin Desteğini Kazanmış		
Evet	37	52,9
Hayır	33	47,1
İşbirliğine Yatkın		
Evet	52	74,3
Hayır	18	25,7
Sabırlı Ve Hoşgörülü		
Evet	57	81,4
Hayır	13	18,6
Duygusal		
Evet	61	87,1
Hayır	9	12,9
Özverili		
Evet	56	80
Hayır	14	20
Hırslı Ve Kararlı		
Evet	59	84,3
Hayır	11	15,7
Yenilikçi		
Evet	61	87,1
Hayır	9	12,9

Risk Alan		
Evet	56	80
Hayır	14	20
Yaratıcı		
Evet	53	75,7
Hayır	17	24,3
Bağımsız		
Evet	51	72,9
Hayır	19	27,1
Rekabetçi		
Evet	53	75,7
Hayır	17	24,3
Akılcı		
Evet	56	80
Hayır	14	20

Kadın girişimcilere “Kendinizi Hangi Kişisel Özellikler İle Tanımlıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplarda; “İyi İletişim Kurabilen, Problemleri Kolaylıkla Çözebilen, Kendine Güvenli, Çevresindeki Kaynakları Ve İlişkileri İyi Değerlendirebilen, Akrabalarının Ve Yakın Çevresinin Desteğini Kazanmış, İşbirliğine Yatkın, Sabırlı Ve Hoşgörülü, Duygusal, Özverili, Hırslı Ve Kararlı, Yenilikçi, Risk Alan, Yaratıcı, Bağımsız, Rekabetçi, Akılcı” seçeneklerine gruptaki kadınların ortalama %80’i olumlu cevaplar vermişlerdir.

Kadınlar iyi iletişim kurabilene göre %94,3’ü evet, %5,7’ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar problemleri kolaylıkla çözebilene göre %75,7’si evet, %24,3’ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar kendine güvenmeye göre %90’ı evet, %10’u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilene göre %65,7’si evet, %34,3’ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmışa göre %52,9’u evet, %47,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar işbirliğine yatkınlığa göre %74,3’ü evet, %25,7’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar sabırlı ve hoşgörülü olmaya göre %81,4’ü evet, %18,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar duygusal olmaya göre %87,1 evet, %12,9’u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar özverili olmaya göre %80’i evet, %20’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar hırslı ve kararlı göre %84,3’ü evet, %15,7’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar yenilikçi olmaya göre %87,1’i evet, %12,9’u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar risk almaya göre %80’i evet, %20’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar yaratıcı olmaya göre %75,7’i evet, %24,32’i hayır

olarak dağılmaktadır. Kadınlar bağımsız olmaya göre %72,9'u evet, %27,1'i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar rekabetçi olmaya göre %75,7'si evet, %24,3'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar akılcı olmaya göre %80'i evet, %20'si hayır olarak dağılmaktadır.

Tablo 111: İşinizi Kurarken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Sermaye Temini		
Evet	58	82,9
Hayır	12	17,1
Eleman Temini		
Evet	11	15,7
Hayır	59	84,3
Deneyimsizlik		
Evet	17	24,3
Hayır	53	75,7
Araç gereç Temini		
Evet	13	18,6
Hayır	57	81,4
Diğer Kadın Girişimcilerle Dayanışma Eksikliği		
Evet	16	22,9
Hayır	54	77,1
Kiraların Yüksek Olması		
Evet	33	47,1
Hayır	37	52,9
Prosedür Zorlukları		
Evet	19	27,1
Hayır	51	72,9
Kadın Olmanın Getirdiği Zorluklar		
Evet	20	28,6
Hayır	50	71,4

Kadın girişimcilere “İşinizi Kurarken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplarda; “Sermaye Temini, Kiraların Yüksek Olması” seçeneklerine grubun ortalama %60 üzeri sorun yaşadığını belirtirken, “Eleman Temini, Deneyimsizlik, Araç gereç Temini, Diğer Kadın Girişimcilerle Dayanışma Eksikliği, Prosedür Zorlukları, Kadın Olmanın Getirdiği Zorluklar” seçeneklerinde grubun büyük çoğunluğu zorlanmadıklarını ifade etmiştir.

Kadınlar sermaye teminine göre %82,9'u evet, %17,1'i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar eleman teminine göre %15,7'si evet, %84,3'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar deneyimsizliğe göre %24,3'ü evet, %75,7'si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar araç gereç teminine göre %18,6'sı evet, %81,4'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar diğer kadın girişimcilerle dayanışma eksikliğine göre %22,9'u evet, %77,1'i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar kiraların yüksek olmasına göre %47,1'i evet, %52,9'u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar prosedür zorluklarına göre %27,1'i evet, %72,9'u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar kadın olmanın getirdiği zorluklara göre %28,6'sı evet, %71,4'ü hayır olarak dağılmaktadır.

Tablo 112: İşinizi Yürütürken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Diğer Kadın Girişimcilerle Dayanışma Eksikliği		
Evet	16	22,9
Hayır	54	77,1
Eleman Temini		
Evet	9	12,9
Hayır	61	87,1
Aile İle İlgili Konular		
Evet	4	5,7
Hayır	66	94,3
Deneyimsizlik		
Evet	3	4,3
Hayır	67	95,7
Kadın Olmanın Getirdiği Zorluklar		
Evet	10	14,3
Hayır	60	85,7
Mali Konular Kredi Alamama Borç Ödemesi Vergi Ödemesi Gibi		
Evet	41	58,6
Hayır	29	41,4
Araç Gereç Temini		
Evet	9	12,9
Hayır	61	87,1
Prosedür Zorlukları		
Evet	16	22,9
Hayır	54	77,1
Pazarlama Sorunu		
Evet	22	31,4
Hayır	48	68,6
Aşırı Yorgunluk		

Evet	32	45,7
Hayır	38	54,3

Kadın girişimcilere “İşinizi Yürütürken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplarda; “Diğer Kadın Girişimcilerle Dayanışma Eksikliği, Eleman Temini, Aile İle İlgili Konular, Deneyimsizlik, Kadın Olmanın Getirdiği Zorluklar, Araç Gereç Temini, Prosedür Zorlukları” seçeneklerin de grubun ortalama %80’i zorlanmadığını belirtirmiştir. “Mali Konular Kredi Alamama Borç Ödemesi Vergi Ödemesi Gibi, Pazarlama Sorunu, Aşırı Yorgunluk” seçeneklerinden %50’den fazlası zorlandığını ifade etmiştir.

Kadınlar diğer kadın girişimcilerle dayanışma eksikliğine göre %22,9’u evet, %77,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar eleman teminine göre %12,9’u evet, %87,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar aile ile ilgili konulara göre %5,7’si evet, %94,3’ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar deneyimsizliklere göre %4,3’ü evet, %95,7’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar kadın olmanın getirdiği zorluklara göre %14,3’ü evet, %85,7’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar mali konular kredi alamama borç ödemesi vergi ödemesi gibi konulara göre %58,6’sı evet, %41,4’ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar araç gereç teminine göre %12,9’u evet, %87,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar prosedür zorluklarına göre %22,9’u evet, %77,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar pazarlama sorununa göre %31,4’i evet, %68,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar aşırı yorgunluğa göre %45,7’si evet, %54,3’ü hayır olarak dağılmaktadır.

Tablo 113: Girişimci Olarak Size Hangi İfadeler Uymaktadır?

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Aile Bütçesine Katkı Sağlanır		
Evet	65	92,9
Hayır	5	7,1
Evlilik Hayatında Eşi İle Anlaşmazlıkları Daha Çok Olur		
Evet	8	11,4
Hayır	62	88,6
İş Ve Ev İş Nedeniyle Daha Stresli Olur		
Evet	18	25,7
Hayır	52	74,3
Eşi Ve Çocuklarıyla Daha Az İlgilenir		
Evet	8	11,4

Hayır	62	88,6
Aile Sorumluluklarını Paylaşır		
Evet	48	68,6
Hayır	22	31,4
Hayat Tecrübesi Ve Becerisi Artar		
Evet	68	97,1
Hayır	2	2,9
Ev İşlerini Daha İyi Programlar		
Evet	62	88,6
Hayır	8	11,4
Çocuklara Verdiği Eğitim Ve Terbiye Olumlu Yönde Gelişir		
Evet	39	55,7
Hayır	31	44,3
Gereğinden Fazla Yorulur Ve Yıpranır		
Evet	25	35,7
Hayır	45	64,3
Evde Daha Uyumlu Ve Anlayışlı Davranır		
Evet	52	74,3
Hayır	18	25,7
Evde Daha Çok Sözü Geçer		
Evet	29	41,4
Hayır	41	58,6
İşyerindeki Sıkıntılarını Eve Yansıtır		
Evet	14	20
Hayır	56	80

Kadın girişimcilere “Girişimci Olarak Hangi İfadeler Size Uymaktadır?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplarda; “Aile Bütçesine Katkı Sağlanır, Aile Sorumluluklarını Paylaşır, Hayat Tecrübesi Ve Becerisi Artar, Ev İşlerini Daha İyi Programlar, Çocuklara Verdiği Eğitim Ve Terbiye Olumlu Yönde Gelişir, Evde Daha Uyumlu Ve Anlayışlı Davranır” seçeneklerine grubun %80 üzeri katılmıştır. ”Evlilik Hayatında Eşi İle Anlaşmazlıkları Daha Çok Olur, İş Ve Ev İşi Nedeniyle Daha Stresli Olur, Eşi Ve Çocuklarıyla Daha Az İlgilenir, Gereğinden Fazla Yorulur Ve Yıpranır, Evde Daha Çok Sözü Geçer, İşyerindeki Sıkıntılarını Eve Yansıtır” seçeneklerine ortalama %90’lık kısım katılmadığını ifade etmiştir.

Kadınlar aile bütçesine katkı sağlanır seçeneğine göre %92,9’u evet, %7,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar evlilik hayatında eşi ile anlaşmazlıkları daha çok olura göre %11,4’ü evet, %88,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar iş ve ev işi nedeniyle daha stresli olura göre %25,7’si evet, %74,3’ü hayır olarak dağılmaktadır.

Kadınlar eşi ve çocuklarıyla daha az ilgilenir seçeneğine göre %11,4'ü evet, %88,6'sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar aile sorumluluklarını paylaşır seçeneğine göre %68,6'sı evet, %31,4'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar hayat tecrübesi ve becerisi artara göre %97,1'i evet, %2,9'u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ev işlerini daha iyi programlara göre %88,6'sı evet, %11,4'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar çocuklara verdiği eğitim ve terbiye olumlu yönde gelişir seçeneğine göre %55,7'si evet, %44,3'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar gereğinden fazla yorulur ve yıpranır seçeneğine göre %35,7'si evet, %64,3'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar evde daha uyumlu ve anlayışlı davranır seçeneğine göre %74,3'ü evet, %25,7'si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar evde daha çok sözü geçere göre %41,4'ü evet, %58,6'sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar işyerindeki sıkıntılarını eve yansıtır seçeneğine göre %20'si evet, %80'i hayır olarak dağılmaktadır.

Tablo 114: Çeşitli Değişkenler

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Teşvik Oranı(%)		
50 Ve Altı	38	54,3
51-79	15	21,4
80-100	17	24,3
Web Sitesi Sahipliği		
Evet	15	21,4
Hayır	55	78,6
Aylık Toplam Net Kazanç(₺)		
2500-3500	23	32,9
3501-5500	10	14,3
5500 Üzeri	37	52,9
İngilizce Dil Seviyesi		
İyi	3	4,3
Orta	6	8,6
Düşük	15	21,4
Bilmiyorum	46	65,7

Kadınlar devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumuna göre %94,3 evet, %5,7 hayır olarak dağılmaktadır. Kadın girişimciler KOSGEB destekli verilen teşvik desteklerinden yararlandıklarını ancak verilen desteklerin yeterli miktarlarda olmadığını belirtmişlerdir. Kadınlar aldıkları teşvik oranlarına göre %54,3'ü %50 ve altı, %21,4'ü %51-%79, %24,3'ü %80-%100 olarak dağılmaktadır. Alınan teşvik

oranlarına bakıldığında da verilen desteklerden çok küçük bir grubun yüzde yüz (%100) olarak desteklerden yararlandığı görülmektedir. Kadınlar web sitesi sahipliğine göre %21,4 evet, %78,6 hayır olarak dağılmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilerin birçoğu henüz e-ticaret konusunda bilgi sahibi değildir. E- ticaret konusunda kadın girişimci adaylarına ek eğitim programları düzenlenerek bu alanda da kadın girişimcilerin eksiklikleri giderilmelidir. Kadınlar aylık toplam net kazanç konusunda %32,9'u 2500tl-3500tl, %14,3'ü 3501tl- 5500tl, %52,9'u ise 5500tl üzeri gelir elde ettiklerini ifade etmişlerdir. Kadınlar İngilizce dil seviyesine göre %4,3'ü iyi, %8,6'sı orta, %21,4'ü düşük, %65,7'i bilmiyorum olarak cevap vermişlerdir. Dil seviyesi iyi olan girişimcilerin genellikle genç girişimci olduğu ve yüksek okul, fakülte mezunu oldukları görülmüştür.

Tablo 115: Sermayenizi Temin Ettiğiniz Araçlar Nelerdir?

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Kişisel Ailevi Tasarruflar		
Evet	49	70
Hayır	21	30
Bankalardan Kredi Desteği		
Evet	41	58,6
Hayır	29	41,4
Yakınlardan Borç Alma		
Evet	37	52,9
Hayır	33	47,1
Miras		
Evet	5	7,1
Hayır	65	92,9
Diğer Ortaklar		
Evet	1	1,4
Hayır	69	98,6
Karşılıksız Destek		
Evet	39	55,7
Hayır	31	44,3

Kadın girişimcilere “Sermayenizi Temin Ettiğiniz Araçlar Nelerdir?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplarda kadın girişimciler; “Kişisel Ailevi Tasarruflara %70’lik kısım, Bankalardan Kredi Desteğine %58,6’lık kısım, Yakınlardan Borç Almaya %52,9’luk kısım, Miras olarak sermaye teminine %7,1’lik kısım, Diğer

Ortaklar ile sermaye teminine %1,4'lük kısım, KOSGEB ile Karşılıksız Destek olarak aldıkları sermaye teminine %55,7" olarak sağladıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo içeriğine daha detaylı bakacak olursak; kadınlar kişisel ailevi tasarruflara göre %70'i evet, %30'u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar bankalardan kredi desteğine göre %58,6'sı evet, %41,4'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar yakınardan borç almaya göre %52,9'u evet, %47,1'i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar mirasa göre %7,1'i evet, %92,9'u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar diğer ortaklara göre %1,4'ü evet, %98,6'sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar karşılıksız desteğe göre %55,7 evet, %44,3'ü hayır olarak dağılmaktadır.

Tablo 116: Kadın Girişimci Olmanın Avantajları Nelerdir?

Gruplar	Frekans(N)	Yüzde (%)
Başarı Duygusu		
Evet	64	91,4
Hayır	6	8,6
Bir İşle Meşgul Olma		
Evet	63	90
Hayır	7	10
Maddi Özgürlük		
Evet	66	94,3
Hayır	4	5,7
Evin Bütçesine Katkıda Bulunma		
Evet	60	85,7
Hayır	10	14,3
Kendine Güven		
Evet	63	90
Hayır	7	10
Sosyal Statü		
Evet	59	84,3
Hayır	11	15,7
İlgi Alanı Olması		
Evet	56	80
Hayır	14	20
Yaşamdan Duyulan Memnuniyet		
Evet	50	71,4
Hayır	20	28,6
Ev iş Rollerini Oynamakta Kolaylık		
Evet	44	62,9
Hayır	26	37,1

Rahat Yaşama Standardına Ulaşma		
Evet	52	74,3
Hayır	18	25,7
Başkalarına İstihdam Olanığı Sağlama		
Evet	50	71,4
Hayır	20	28,6
Tutkuların Gerçekleşiyor Olması		
Evet	52	74,3
Hayır	18	25,7
Çok Para Kazanma		
Evet	53	75,7
Hayır	17	24,3
Özgürlük		
Evet	58	82,9
Hayır	12	17,1
Saygınlık Kazanma		
Evet	59	84,3
Hayır	11	15,7

Kadın girişimcilere “Kadın Girişimci Olmanın Avantajları Nelerdir?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplarda; “Başarı Duygusu, Bir İşle Meşgul Olma, Maddi Özgürlük, Evin Bütçesine Katkıda Bulunma, Kendine Güven, Sosyal Statü, İlgi Alanı Olması, Yaşamdan Duyulan Memnuniyet, Ev iş Rollerini Oynamakta Kolaylık, Rahat Yaşama Standardına Ulaşma, Başkalarına İstihdam Olanığı Sağlama, Tutkuların Gerçekleşiyor Olması, Çok Para Kazanma, Özgürlük, Saygınlık Kazanma” seçeneklerine grubun %90’ı katıldıklarını belirtmişlerdir.

Kadınlar başarı duygusuna göre %91,4 evet, %8,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar bir işle meşgul olmaya göre %90’ı evet, %10’u hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar maddi özgürlüğe göre %94,3’ü evet, %5,7’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar evin bütçesine katkıda bulunma durumuna göre %85,7’si evet, %14,3’ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar kendine güvene göre %90’ı evet, %10’ı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar sosyal statüye göre %84,3’ü evet, %15,7’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ilgi alanı olmasına göre %80’i evet, %20’si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar yaşamdan duyulan memnuniyete göre %71,4’ü evet, %28,6’sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar ev-iş rollerini oynamakta kolaylığa göre %62,9’u evet, %37,1’i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar rahat yaşama standardına ulaşmaya göre %74,3’ü evet, %25,7’si hayır olarak dağılmaktadır.

Kadınlar başkalarına istihdam olanağı sağlamaya göre %71,4'ü evet, %28,6'sı hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar tutkuların gerçekleşiyor olmasına göre %74,3'ü evet, %25,7'si hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar çok para kazanmaya göre %75,7'si evet, %24,3'ü hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar özgürlüğe göre %82,9'u evet, %17,1'i hayır olarak dağılmaktadır. Kadınlar saygınlık kazanmaya göre %84,3'ü evet, %15,7'si hayır olarak dağılmaktadır.

Çalışmamızın sonraki kısmında yukarıda bulduğumuz önem derecesi yüksek bazı verilerden yola çıkarak kadın girişimcilerin sağladıkları istihdam, çalıştıkları sektör, e-ticaret hakkında bilgileri, aldıkları eğitim, toplam kazançları, devlet teşviklerinden yararlanma durumları gibi önemli faktörlerin birbirleri ile etkileşimlerinin neler olduğu “ki-kare” analizi kapsamında incelenmiştir.

Tablo 20: Yaş ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki

Yaş	İstihdam Edilen Eleman Sayısı										X ² /p
	Yok		1		2		3 Ve Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
25-34	7	%33,3	5	%33,3	12	%50	4	%40	28	%40	X ² =4,101 p=0,663
35-44	8	%38,1	8	%53,3	9	%37,5	5	%50	30	%42,9	
45-54	6	%28,6	2	%13,3	3	%12,5	1	%10	12	%17,1	
Toplam	21	%100	15	%100	24	%100	10	%100	70	%100	

Yaş ile istihdam edilen eleman sayısı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=4,101$; $p=0,663>0.05$). İstihdam edilen eleman sayısı yok olanların %33,3'ü 25-34 yaş, %38,1'i 35-44 yaş, %28,6'sı 45-54 yaş aralığındadır. İstihdam edilen eleman sayısı 1 olanların %33,3'ü 25-34 yaş, %53,3'ü 35-44 yaş, %13,3'ü 45-54 yaş aralığındadır. İstihdam edilen eleman sayısı 2 olanların %50'si 25-34 yaş, %37,5'i 35-44 yaş, %12,5'i 45-54 yaş aralığındadır. İstihdam edilen eleman sayısı 3 ve üzeri olanların %40'ı 25-34 yaş, %50'si 35-44 yaş, %10'u 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 21: Yaş ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki

Yaş	Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
25-34	7	%28	21	%46,7	28	%40	X ² =2,997 p=0,223
35-44	14	%56	16	%35,6	30	%42,9	
45-54	4	%16	8	%17,8	12	%17,1	
Toplam	25	%100	45	%100	70	%100	

Yaş ile girişimci olmadan önce çalışma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=2,997$; $p=0,223>0.05$). Girişimci olmadan önce çalışma durumu evet olanların %28'i 25-34 yaş, %56'sı 35-44 yaş, %16'sı 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Girişimci olmadan önce çalışma durumu hayır olanların %46,7'si 25-34 yaş, %35,6'sı 35-44 yaş, %17,8'i 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 22: Yaş ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki

Yaş	Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği								X ² /p
	Kendi		Eş İle birlikte		Anne Babayla		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
25-34	16	%43,2	4	%18,2	8	%72,7	28	%40	X ² =13,894 p=00,08
35-44	17	%45,9	10	%45,5	3	%27,3	30	%42,9	
45-54	4	%10,8	8	%36,4	0	%0	12	%17,1	
Toplam	37	%100	22	%100	11	%100	70	%100	

Yaş ile girişimcilik kararını kimin verdiği arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=13,894$; $p=00,08<0.05$). Girişimcilik kararını “kendi” verenlerin %45,9'unun 35-44 yaşlarını kapsayan kişiler olduğu görülmüştür. Yine “Eşi ile birlikte” karar alanların %45,5'i 35-44 yaş aralığındadır. Ancak anne ve baba ile birlikte karar veren 25-34 yaş aralığında ki %72,7'lik kısımda ki kişilerin büyük çoğunluğunu bekâr kişiler oluşturmaktadır. Bu durum da bize geleneksel aile yapısının kadınların girişimci olabilmelerinde etkin bir faktör olduğunu göstermektedir.

Tablo 23: Yaş ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Yaş	Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
25-34	4	%26,7	24	%43,6	28	%40	X ² =4,596 p=0,100
35-44	10	%66,7	20	%36,4	30	%42,9	
45-54	1	%6,7	11	%20	12	%17,1	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Yaş ile mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=4,596$; $p=0,100>0,05$). Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu evet olanların %26,7'si 25-34 yaş, %66,7'si 35-44 yaş, %6,7'si 45-54 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu hayır olanların %43,6'sı 25-34 yaş, %36,4'ü 35-44 yaş, %20'si 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 24: Yaş ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Yaş	Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
25-34	27	%40,9	1	%25	28	%40	X ² =3,226 p=0,199
35-44	29	%43,9	1	%25	30	%42,9	
45-54	10	%15,2	2	%50	12	%17,1	
Toplam	66	%100	4	%100	70	%100	

Yaş ile devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=3,226$; $p=0,199>0,05$). Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu evet olanların %40,9'u 25-34 yaş, %43,9'u 35-44 yaş, %15,2'si 45-54 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu hayır olanların %25'i 25-34 yaş, %25'i 35-44 yaş, %50'i 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Teşvik oranları özellikle 25-34 yaş ve 35-44 yaş aralığında %50 ve üzeri olarak tespit edilmiştir. Bu durum bize KOSGEB'in teşvik uygulamalarında yaş faktörünün de önemli olduğunu göstermektedir.

Tablo 25: Yaş ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki

Yaş	Teşvik Oranı								X ² /p
	50 Ve Altı		51-79		80-100		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
25-34	9	%23,7	6	%40	13	%76,5	28	%40	X ² =18,830 p=00,01
35-44	18	%47,4	9	%60	3	%17,6	30	%42,9	
45-54	11	%28,9	0	%0	1	%5,9	12	%17,1	
Toplam	38	%100	15	%100	17	%100	70	%100	

Yaş ile teşvik oranı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=18,830$; $p=00,01<0.05$). Teşvik oranı 50 ve altı olanların %23,7'si 25-34 yaş, %47,4'ü 35-44 yaş, %28,9'u 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Teşvik oranı 51-79 olanların %40'ı 25-34 yaş, %60'ı 35-44 yaş; teşvik oranı 80-100 olanların %76,5'i 25-34 yaş, %17,6'sı 35-44 yaş, %5,9'u 45-54 yaş olduğu görülmektedir. Teşvik oranları özellikle 25-34 yaş ve 35-44 yaş aralığında %50 ve üzeri olarak tespit edilmiştir. Bu durum bize KOSGEB'in teşvik uygulamalarında yaş faktörünün de önemli olduğunu göstermektedir.

Tablo 26: Yaş ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki

Yaş	Web Sitesi Sahipliği						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
25-34	10	%66,7	18	%32,7	28	%40	X ² =7 71 p=00,29
35-44	5	%33,3	25	%45,5	30	%42,9	
45-54	0	%0	12	%21,8	12	%17,1	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Yaş ile web sitesi sahipliği arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=7 71$; $p=00,29<0.05$). Web sitesi sahipliği evet olanların %66,7'si 25-34 yaş, %33,3'ü 35-44 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Web sitesi sahipliği hayır olanların %32,7'si 25-34 yaş, %45,5'i 35-44 yaş, %21,8'i 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 27: Yaş ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki

Yaş	Aylık Toplam Net Kazanç								X ² /p
	2500-3500		3501-5500		5500 Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
25-34	9	%39,1	0	%0	19	%51,4	28	%40	X ² =18,172 p=00,01
35-44	6	%26,1	9	%90	15	%40,5	30	%42,9	
45-54	8	%34,8	1	%10	3	%8,1	12	%17,1	
Toplam	23	%100	10	%100	37	%100	70	%100	

Yaş ile aylık toplam net kazanç arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=18,172$; $p=00,01<0.05$). Aylık toplam net kazanç 2500-3500 olanların %39,1'i 25-34 yaş, %26,1'i 35-44 yaş, %34,8'i 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 3501-5500 olanların %90'ı 35-44 yaş, %10'u 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 5500 üzeri olanların %51,4'ü 25-34 yaş, %40,5'i 35-44 yaş, %8,1'i 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 28: Yaş ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki

Yaş	İngilizce Dil Seviyesi										X ² /p
	İyi		Orta		Düşük		Bilmiyorum		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
25-34	1	%33,3	5	%83,3	9	%60	13	%28,3	28	%40	X ² =11,607 p=00,71
35-44	2	%66,7	1	%16,7	5	%33,3	22	%47,8	30	%42,9	
45-54	0	%0	0	%0	1	%6,7	11	%23,9	12	%17,1	
Toplam	3	%100	6	%100	15	%100	46	%100	70	%100	

Yaş ile İngilizce dil seviyesi arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=11,607$; $p=00,71>0.05$). İngilizce dil seviyesi iyi olanların %33,3'ü 25-34 yaş, %66,7'si 35-44 yaş aralığında olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi orta olanların %83,3'ü 25-34 yaş, %16,7'si 35-44 yaş aralığında olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi düşük olanların %60'ı 25-34 yaş, %33,3'ü 35-44 yaş, %6,7'si 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi bilmiyorum olanların %28,3'ü 25-34 yaş, %47,8'i 35-44 yaş, %23,9'u 45-54 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 29: Eğitim Durumu ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	İstihdam Edilen Eleman Sayısı										X ² /p
	Yok		1		2		3 Ve Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	5	%23,8	0	%0	5	%20,8	3	%30	13	%18,6	X ² =19,437 p=00,79
Z	4	%19	2	%13,3	3	%12,5	1	%10	10	%14,3	
Lise	8	%38,1	10	%66,7	5	%20,8	2	%20	25	%35,7	
Yüksekokul	3	%14,3	2	%13,3	5	%20,8	4	%40	14	%20	
Fakülte	1	%4,8	1	%6,7	6	%25	0	%0	8	%11,4	
Toplam	21	%100	15	%100	24	%100	10	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile istihdam edilen eleman sayısı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=19,437$; $p=00,79>0.05$). İstihdam edilen eleman sayısı yok olanların %23,8'i ilkokul, %19'u ortaokul, %38,1'i lise, %14,3'ü yüksekokul, %4,8'i fakülte olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 1 olanların %13,3'ü ortaokul, %66,7'si lise, %13,32'ü yüksekokul, %6,7'si fakülte olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 2 olanların %20,8'i ilkokul, %12,5'i ortaokul, %20,8'i lise, %20,8'i yüksekokul, %25'i fakülte olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 3 ve üzeri olanların %30'u ilkokul, %10'u ortaokul, %20'si lise, %40'ı yüksekokul olduğu görülmektedir.

Tablo 30: Eğitim Durumu ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	6	%24	7	%15,6	13	%18,6	X ² =10,938 p=00,27
Ortaokul	0	%0	10	%22,2	10	%14,3	
Lise	13	%52	12	%26,7	25	%35,7	
Yüksekokul	5	%20	9	%20	14	%20	
Fakülte	1	%4	7	%15,6	8	%11,4	
Toplam	25	%100	45	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile girişimci olmadan önce çalışma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=10,938$; $p=00,27<0.05$). Girişimci olmadan önce çalışma durumu evet olanların %24'ü ilkokul, %52'si lise, %20'si yüksekokul, %4'ü fakülte olduğu görülmektedir. Girişimci olmadan önce çalışma durumu hayır olanların

%15,6'sı ilkököl, %22,2'si ortaokul, %26,7'si lise, %20'si yüksekokul, %15,6'sı fakülte olduğu görölmektedir.

Tablo 31: Eğitim Durumu ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği								X ² /p
	Kendi		Eş İle Birlikte		Anne Babayla		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	6	%16,2	7	%31,8	0	%0	13	%18,6	X ² =18,691 p=00,17
Ortaokul	4	%10,8	6	%27,3	0	%0	10	%14,3	
Lise	15	%40,5	6	%27,3	4	%36,4	25	%35,7	
Yüksekokul	8	%21,6	3	%13,6	3	%27,3	14	%20	
Fakülte	4	%10,8	0	%0	4	%36,4	8	%11,4	
Toplam	37	%100	22	%100	11	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile girişimcilik kararı kimin verdiği arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (X²=18,691; p=00,17<0.05). Girişimcilik kararı kimin verdiği kendi olanların %16,2'si ilkököl, %10,8'i ortaokul, %40,5'i lise, %21,6'sı yüksekokul, %10,8'ü fakülte olduğu görölmektedir. Girişimcilik kararı kimin verdiği eş ile birlikte olanların %31,8'i ilkököl, %27,3'ü ortaokul, %27,3'ü lise, %13,6'sı yüksekokul olduğu görölmektedir. Girişimcilik kararı kimin verdiği anne babayla olanların %36,4'ü lise, %27,3'i yüksekokul, %36,4'ü fakülte olduğu görölmektedir.

Tablo 32: Eğitim Durumu ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	1	%6,7	12	%21,8	13	%18,6	X ² =6,804 p=0,147
Ortaokul	2	%13,3	8	%14,5	10	%14,3	
Lise	9	%60	16	%29,1	25	%35,7	
Yüksekokul	3	%20	11	%20	14	%20	
Fakülte	0	%0	8	%14,5	8	%11,4	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=6,804; p=0,147>0.05). Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu evet olanların %6,7'si ilkököl, %13,3'ü ortaokul,

%60'ı lise, %20'si yüksekokul olduğu görülmektedir. Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu hayır olanların %21,8'i ilkokul, %14,5'i ortaokul, %29,1'i lise, %20'si yüksekokul, %14,5'i fakülte olduğu görülmektedir.

Tablo 33: Eğitim Durumu ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	11	%16,7	2	%50	13	%18,6	X ² =5,645 p=0,227
Ortaokul	9	%13,6	1	%25	10	%14,3	
Lise	25	%37,9	0	%0	25	%35,7	
Yüksekokul	14	%21,2	0	%0	14	%20	
Fakülte	7	%10,6	1	%25	8	%11,4	
Toplam	66	%100	4	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=5,645; p=0,227>0.05). Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu evet olanların %16,7'si ilkokul, %13,6'sı ortaokul, %37,9'u lise, %21,2'si yüksekokul, %10,6'sı fakülte olduğu görülmektedir. Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu hayır olanların %50'si ilkokul, %25'i ortaokul, %25'i fakülte olduğu görülmektedir.

Tablo 34: Eğitim Durumu ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	Teşvik Oranı%								X ² /p
	50 Ve Altı		51-79		80-100		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	11	%28,9	2	%13,3	0	%0	13	%18,6	X ² =10,137 p=0,256
Ortaokul	7	%18,4	1	%6,7	2	%11,8	10	%14,3	
Lise	12	%31,6	6	%40	7	%41,2	25	%35,7	
Yüksekokul	5	%13,2	4	%26,7	5	%29,4	14	%20	
Fakülte	3	%7,9	2	%13,3	3	%17,6	8	%11,4	
Toplam	38	%100	15	%100	17	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile teşvik oranı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=10,137; p=0,256>0.05). Teşvik oranı 50 ve altı olanların %28,9'u ilkokul, %18,4'ü ortaokul, %31,6'sı lise, %13,2'si yüksekokul, %7,9'u fakülte olduğu görülmektedir. Teşvik oranı 51-79 olanların %13,3'ü ilkokul, %6,7'si ortaokul, %40'ı

lise, %26,7'si yüksekokul, %13,3'si fakülte olduğu görülmektedir. Teşvik oranı 80-100 olanların %11,8'i ortaokul, %41,2'si lise, %29,4'ü yüksekokul, %17,6'sı fakülte olduğu görülmektedir.

Tablo 35: Eğitim Durumu ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	Web Sitesi Sahipliği						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	0	%0	13	%23,6	13	%18,6	X ² =8,298 p=00,81
Ortaokul	3	%20	7	%12,7	10	%14,3	
Lise	4	%26,7	21	%38,2	25	%35,7	
Yüksekokul	6	%40	8	%14,5	14	%20	
Fakülte	2	%13,3	6	%10,9	8	%11,4	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile web sitesi sahipliği arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=8,298; p=00,81>0.05). Web sitesi sahipliği evet olanların %20'si ortaokul, %26,7'si lise, %40'ı yüksekokul, %13,3'ü fakülte olduğu görülmektedir. Web sitesi sahipliği hayır olanların %23,6'sı ilkokul, %12,7'si ortaokul, %38,2'si lise, %14,5'i yüksekokul, %10,9'u fakülte olduğu görülmektedir. Analiz verilerine göre kadın girişimcilerin geçmişte aldıkları akademik eğitimlerin e-ticaret, internet erişimi gibi network alanında yetersiz kaldığı gözlenmiştir. Girişimcilik alanında eğitimlere başlandığında özellikle bu alanda da eğitimlerin artırılması gerekmektedir.

Tablo 36: Eğitim Durumu ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	Aylık Toplam Net Kazanç								X ² /p
	2500-3500		3501-5500		5500 Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	5	%21,7	1	%10	7	%18,9	13	%18,6	X ² =12,484 p=0,131
Ortaokul	6	%26,1	1	%10	3	%8,1	10	%14,3	
Lise	7	%30,4	7	%70	11	%29,7	25	%35,7	
Yüksekokul	4	%17,4	0	%0	10	%27	14	%20	
Fakülte	1	%4,3	1	%10	6	%16,2	8	%11,4	
Toplam	23	%100	10	%100	37	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile aylık toplam net kazanç arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=12,484; p=0,131>0.05). Aylık toplam net kazanç 2500-3500 olanların %21,7'si ilkokul, %26,1'i ortaokul, %30,4'ü lise, %17,4'ü yüksekokul, %4,3'ü fakülte olduğu

görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 3501-5500 olanların %10'u ilkökul, %10'u ortaokul, %70'i lise, %10'i fakülte olduğu görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 5500 üzeri olanların %18,9'u ilkökul, %8,1'i ortaokul, %29,7'si lise, %27'si yüksekokul, %16,2'i fakülte olduğu görülmektedir.

Tablo 37: Eğitim Durumu ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki

Eğitim Durumu	İngilizce Dil Seviyesi										X ² /p
	İyi		Orta		Düşük		Bilmiyorum		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
İlkokul	0	%0	0	%0	0	%0	13	%28,3	13	%18,6	X ² =35,435 p=00,00
Ortaokul	0	%0	0	%0	1	%6,7	9	%19,6	10	%14,3	
Lise	0	%0	0	%0	7	%46,7	18	%39,1	25	%35,7	
Yüksekokul	2	%66,7	4	%66,7	3	%20	5	%10,9	14	%20	
Fakülte	1	%33,3	2	%33,3	4	%26,7	1	%2,2	8	%11,4	
Toplam	3	%100	6	%100	15	%100	46	%100	70	%100	

Eğitim Durumu ile İngilizce dil seviyesi arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (X²=35,435; p=00,00<0.05). İngilizce dil seviyesi iyi olanların %66,7'si yüksekokul, %33,3'ü fakülte olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi orta olanların %66,7'si yüksekokul, %33,3'ü fakülte olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi düşük olanların %6,7'si ortaokul, %46,7'si lise, %20'si yüksekokul, %26,7'si fakülte olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi bilmiyorum olanların %28,3'ü ilkökul, %19,6'sı ortaokul, %39,1'i lise, %10,9'u yüksekokul, %2,2'si fakülte olduğu görülmektedir.

Tablo 38: Medeni Durum ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki

Medeni Durum	İstihdam Edilen Eleman Sayısı										X ² /p
	Yok		1		2		3 Ve Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	5	%23,8	3	%20	10	%41,7	4	%40	22	%31,4	X ² =6,236 p=0,397
Evli	15	%71,4	10	%66,7	13	%54,2	4	%40	42	%60	
Boşanmış	1	%4,8	2	%13,3	1	%4,2	2	%20	6	%8,6	
Toplam	21	%100	15	%100	24	%100	10	%100	70	%100	

Medeni Durum ile istihdam edilen eleman sayısı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=6,236; p=0,397>0.05). İstihdam edilen eleman sayısı yok olanların %23,82'i bekâr, %71,4'ü evli, %4,8'i boşanmış olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 1 olanların %20'si bekâr, %66,7'si evli, %13,3'ü boşanmış olduğu

görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 2 olanların %41,7'si bekâr, %54,2'si evli, %4,2'i boşanmış olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 3 ve üzeri olanların %40'ı bekâr, %40'ı evli, %20'si boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 39: Medeni Durum ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki

Medeni Durum	Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	4	%16	18	%40	22	%31,4	X ² =8,975 p=00,11
Evli	16	%64	26	%57,8	42	%60	
Boşanmış	5	%20	1	%2,2	6	%8,6	
Toplam	25	%100	45	%100	70	%100	

Medeni Durum ile girişimci olmadan önce çalışma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (X²=8,975; p=00,11<0.05). Girişimci olmadan önce çalışma durumu evet olanların %16'sı bekâr, %64'ü evli, %20'si boşanmış olduğu görülmektedir. Girişimci olmadan önce çalışma durumu hayır olanların %40'ı bekâr, %57,8'i evli, %2,2'si boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 40: Medeni Durum ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki

Medeni Durum	Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği								X ² /p
	Kendi		Eş İle Birlikte		Anne Babayla		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	13	%35,1	0	%0	9	%81,8	22	%31,4	X ² =26,653 p=00,00
Evli	19	%51,4	21	%95,5	2	%18,2	42	%60	
Boşanmış	5	%13,5	1	%4,5	0	%0	6	%8,6	
Toplam	37	%100	22	%100	11	%100	70	%100	

Medeni Durum ile girişimcilik kararını kimin verdiği arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (X²=26,653; p=00,00<0.05). Girişimcilik kararını kimin verdiği kendi olanların %35,1'i bekâr, %51,4'ü evli, %13,5'i boşanmış olduğu görülmektedir. Girişimcilik kararını kimin verdiği eş ile birlikte olanların %95,5'i evli, %4,5'i boşanmış; girişimcilik kararını kimin verdiği anne babayla olanların %81,8'i bekâr, %18,2'si evli olduğu görülmektedir.

Tablo 41: Medeni Durum ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Medeni Durum	Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	2	%13,3	20	%36,4	22	%31,4	X ² =3 60 p=0,217
Evli	11	%73,3	31	%56,4	42	%60	
Boşanmış	2	%13,3	4	%7,3	6	%8,6	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Medeni Durum ile mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=3$ 60; $p=0,217>0,05$). Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu evet olanların %13,3'ü bekâr, %73,3'ü evli, %13,3'ü boşanmış olduğu görülmektedir. Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu hayır olanların %36,4'ü bekâr, %56,4'ü evli, %7,3'ü boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 42: Medeni Durum ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Medeni Durum	Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	21	%31,8	1	%25	22	%31,4	X ² =0,579 p=0,749
Evli	39	%59,1	3	%75	42	%60	
Boşanmış	6	%9,1	0	%0	6	%8,6	
Toplam	66	%100	4	%100	70	%100	

Medeni Durum ile devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=0,579$; $p=0,749>0,05$). Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu evet olanların %31,8'i bekâr, %59,1'i evli, %9,1'i boşanmış olduğu görülmektedir. Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu hayır olanların %25'i bekâr, %75'i evli olduğu görülmektedir.

Tablo 43: Medeni Durum ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki

Medeni Durum	Teşvik Oranı%								X ² /p
	50 Ve Altı		51-79		80-100		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	7	%18,4	5	%33,3	10	%58,8	22	%31,4	X ² =10,774 p=00,29
Evli	26	%68,4	10	%66,7	6	%35,3	42	%60	
Boşanmış	5	%13,2	0	%0	1	%5,9	6	%8,6	
Toplam	38	%100	15	%100	17	%100	70	%100	

Medeni Durum ile teşvik oranı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=10,774$; $p=00,29<0.05$). Teşvik oranı 50 ve altı olanların %18,4'ü bekâr, %68,4'ü evli, %13,2'si boşanmış olduğu görülmektedir. Teşvik oranı 51-79 olanların %33,3'ü bekâr, %66,7'si evli olduğu görülmektedir. Teşvik oranı 80-100 olanların %58,8'i bekâr, %35,3'ü evli, %5,9'u boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 44: Medeni Durum ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki

Medeni Durum	Web Sitesi Sahipliği						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	6	%40	16	%29,1	22	%31,4	X ² =4,628 p=00,99
Evli	6	%40	36	%65,5	42	%60	
Boşanmış	3	%20	3	%5,5	6	%8,6	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Medeni Durum ile web sitesi sahipliği arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=4,628$; $p=00,99>0.05$). Web sitesi sahipliği evet olanların %40'ı bekâr, %40'ı evli, %20'si boşanmış olduğu görülmektedir. Web sitesi sahipliği hayır olanların %29,1'i bekâr, %65,5'i evli, %5,5'i boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 45: Medeni Durum ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki

Medeni Durum	Aylık Toplam Net Kazanç								X ² /p
	2500-3500		3501-5500		5500 Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	4	%17,4	0	%0	18	%48,6	22	%31,4	X ² =16,623 p=00,02
Evli	17	%73,9	7	%70	18	%48,6	42	%60	
Boşanmış	2	%8,7	3	%30	1	%2,7	6	%8,6	
Toplam	23	%100	10	%100	37	%100	70	%100	

Medeni Durum ile aylık toplam net kazanç arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=16,623$; $p=00,02<0.05$). Aylık toplam net kazanç 2500-3500 olanların %17,4'ü bekâr, %73,9'u evli, %8,7'si boşanmış olduğu görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 3501-5500 olanların %70'i evli, %30'u boşanmış olduğu görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 5500 üzeri olanların %48,6'sı bekâr, %48,6'sı evli, %2,7'si boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 46: Medeni Durum ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki

Medeni Durum	İngilizce Dil Seviyesi										X ² /p
	İyi		Orta		Düşük		Bilmiyorum		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Bekâr	1	%33,3	4	%66,7	9	%60	8	%17,4	22	%31,4	X ² =16,507 p=00,11
Evli	1	%33,3	2	%33,3	6	%40	33	%71,7	42	%60	
Boşanmış	1	%33,3	0	%0	0	%0	5	%10,9	6	%8,6	
Toplam	3	%100	6	%100	15	%100	46	%100	70	%100	

Medeni Durum ile İngilizce dil seviyesi arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=16,507$; $p=00,11<0.05$). İngilizce dil seviyesi iyi olanların %33,3'ü bekâr, %33,3'ü evli, %33,3'ü boşanmış olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi orta olanların %66,7'si bekâr, %33,3'ü evli olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi düşük olanların %60'ı bekâr, %40'ı evli olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi bilmiyorum olanların %17,4'ü bekâr, %71,7'si evli, %10,9'u boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 47: Sektör ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki

Sektör	İstihdam Edilen Eleman Sayısı										X ² /p
	Yok		1		2		3 Ve Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	13	%61,9	5	%33,3	9	%37,5	3	%30	30	%42,9	X ² =7,868 p=0,248
Hizmet	7	%33,3	7	%46,7	12	%50	7	%70	33	%47,1	
İmalat	1	%4,8	3	%20	3	%12,5	0	%0	7	%10	
Toplam	21	%100	15	%100	24	%100	10	%100	70	%100	

Sektör ile istihdam edilen eleman sayısı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=7,868$; $p=0,248>0.05$). İstihdam edilen eleman sayısı yok olanların %61,9'u ticaret, %33,3'ü hizmet, %4,8'i imalat olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 1 olanların %33,3'ü ticaret, %46,7'si hizmet, %20'si imalat olduğu

görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 2 olanların %37,5'i ticaret, %50'si hizmet, %12,5'i imalat olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 3 ve üzeri olanların %30'u ticaret, %70'i hizmet olduğu görülmektedir. İstihdam açısından değerlendirildiğinde özellikle kadın girişimciler maliyetleri düşürmek için kendileri ve aileleri ile birlikte çalışmayı tercih etmektedir. İstihdam edilen elemanlar olsa da genel çerçevede de yeterli sayıda değildir.

Tablo 48: Sektör ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki

Sektör	Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	10	%40	20	%44,4	30	%42,9	X ² =1,556 p=0,459
Hizmet	11	%44	22	%48,9	33	%47,1	
İmalat	4	%16	3	%6,7	7	%10	
Toplam	25	%100	45	%100	70	%100	

Sektör ile girişimci olmadan önce çalışma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=1,556; p=0,459>0.05). Girişimci olmadan önce çalışma durumu evet olanların %40'ı ticaret, %44'ü hizmet, %16'sı imalat olduğu görülmektedir. Girişimci olmadan önce çalışma durumu hayır olanların %44,4'ü ticaret, %48,9'u hizmet, %6,7'si imalat olduğu görülmektedir.

Tablo 49: Sektör ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki

Sektör	Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği								X ² /p
	Kendi		Eş İle Birlikte		Anne Babayla		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	15	%40,5	12	%54,5	3	%27,3	30	%42,9	X ² =4,917 p=0,296
Hizmet	17	%45,9	10	%45,5	6	%54,5	33	%47,1	
İmalat	5	%13,5	0	%0	2	%18,2	7	%10	
Toplam	37	%100	22	%100	11	%100	70	%100	

Sektör ile girişimcilik kararını kimin verdiği arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=4,917; p=0,296>0.05). Girişimcilik kararını kimin verdiği kendi olanların %40,5'i ticaret, %45,9'u hizmet, %13,5'i imalat olduğu görülmektedir. Girişimcilik kararını kimin verdiği eş ile birlikte olanların %54,5'i ticaret, %45,5'i hizmet olduğu görülmektedir. Girişimcilik kararını kimin verdiği anne

babayla olanların %27,3'ü ticaret, %54,5'i hizmet, %18,2'si imalat olduğu görülmektedir.

Tablo 50: Sektör ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Sektör	Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	3	%20	27	%49,1	30	%42,9	X ² =4 83 p=0,130
Hizmet	10	%66,7	23	%41,8	33	%47,1	
İmalat	2	%13,3	5	%9,1	7	%10	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Sektör ile mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=4 83; p=0,130>0.05). Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu evet olanların %20'si ticaret, %66,7'si hizmet, %13,3'ü imalat olduğu görülmektedir. Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu hayır olanların %49,1'i ticaret, %41,8'i hizmet, %9,1'i imalat olduğu görülmektedir.

Tablo 51: Sektör ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Sektör	Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	29	%43,9	1	%25	30	%42,9	X ² =1,438 p=0,487
Hizmet	30	%45,5	3	%75	33	%47,1	
İmalat	7	%10,6	0	%0	7	%10	
Toplam	66	%100	4	%100	70	%100	

Sektör ile devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=1,438; p=0,487>0.05). Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu evet olanların %43,9'u ticaret, %45,5'i hizmet, %10,6'sı imalat olduğu görülmektedir. Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu hayır olanların %25'i ticaret, %75'i hizmet olduğu görülmektedir.

Tablo 52: Sektör ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki

Sektör	Teşvik Oranı(%)								X ² /p
	50 Ve Altı		51-79		80-100		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	17	%44,7	7	%46,7	6	%35,3	30	%42,9	X ² =3,365 p=0,499
Hizmet	18	%47,4	5	%33,3	10	%58,8	33	%47,1	
İmalat	3	%7,9	3	%20	1	%5,9	7	%10	
Toplam	38	%100	15	%100	17	%100	70	%100	

Sektör ile teşvik oranı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=3,365$; $p=0,499>0,05$). Teşvik oranı 50 ve altı olanların %44,7'si ticaret, %47,4'ü hizmet, %7,9'u imalat olduğu görülmektedir. Teşvik oranı 51-79 olanların %46,7'si ticaret, %33,3'ü hizmet, %20'si imalat olduğu görülmektedir. Teşvik oranı 80-100 olanların %35,3'ü ticaret, %58,8'i hizmet, %5,9'u imalat olduğu görülmektedir.

Tablo 53: Sektör ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki

Sektör	Web Sitesi Sahipliği						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	9	%60	21	%38,2	30	%42,9	X ² =2,293 p=0,318
Hizmet	5	%33,3	28	%50,9	33	%47,1	
İmalat	1	%6,7	6	%10,9	7	%10	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Sektör ile web sitesi sahipliği arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=2,293$; $p=0,318>0,05$). Web sitesi sahipliği evet olanların %60'ı ticaret, %33,3'ü hizmet, %6,7'si imalat olduğu görülmektedir. Web sitesi sahipliği hayır olanların %38,2'si ticaret, %50,9'u hizmet, %10,9'u imalat olduğu görülmektedir.

Tablo 54: Sektör ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki

Sektör	Aylık Toplam Net Kazanç(tl)								X ² /p
	2500-3500		3501-5500		5500 Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	15	%65,2	6	%60	9	%24,3	30	%42,9	X ² =11,282 p=0,0024
Hizmet	7	%30,4	3	%30	23	%62,2	33	%47,1	
İmalat	1	%4,3	1	%10	5	%13,5	7	%10	
Toplam	23	%100	10	%100	37	%100	70	%100	

Sektör ile aylık toplam net kazanç arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=11,282$; $p=0,24<0,05$). Aylık toplam net kazanç 2500tl-3500tl olanların %65,2'si ticaret, %30,4'ü hizmet, %4,3'ü imalat olduğu görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 3501tl-5500tl olanların %60'ı ticaret, %30'u hizmet, %10'u imalat olduğu görülmektedir. Aylık toplam net kazanç 5500tl üzeri olanların %24,3'ü ticaret, %62,2'si hizmet, %13,5'i imalat olduğu görülmektedir. Özellikle 5500tl ve üzeri kazanç hizmet sektöründe girişimlerini sürdüren kadın girişimcilerde görülmüştür.

Tablo 55: Sektör ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki

Sektör	İngilizce Dil Seviyesi										X ² /p
	İyi		Orta		Düşük		Bilmiyorum		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Ticaret	2	%66,7	4	%66,7	6	%40	18	%39,1	30	%42,9	X ² =3,351 p=0,764
Hizmet	1	%33,3	2	%33,3	8	%53,3	22	%47,8	33	%47,1	
İmalat	0	%0	0	%0	1	%6,7	6	%13	7	%10	
Toplam	3	%100	6	%100	15	%100	46	%100	70	%100	

Sektör ile İngilizce dil seviyesi arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=3,351$; $p=0,764>0,05$). İngilizce dil seviyesi iyi olanların %66,7'si ticaret, %33,3'ü hizmet olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi orta olanların %66,7'si ticaret, %33,3'ü hizmet olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi düşük olanların %40'ı ticaret, %53,3'ü hizmet, %6,7'si imalat olduğu görülmektedir. İngilizce dil seviyesi bilmiyorum olanların %39,1'i ticaret, %47,8'i hizmet, %13'ü imalat olduğu görülmektedir.

Tablo 56: Çocuk Sayısı ile İstihdam Edilen Eleman Sayısı Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	İstihdam Edilen Eleman Sayısı										X ² /p
	Yok		1		2		3 Ve Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yok	4	%19	4	%26,7	9	%37,5	2	%20	19	%27,1	X ² =11,268 p=0,506
1	6	%28,6	5	%33,3	6	%25	5	%50	22	%31,4	
2	7	%33,3	1	%6,7	6	%25	2	%20	16	%22,9	
3	3	%14,3	5	%33,3	3	%12,5	1	%10	12	%17,1	
4	1	%4,8	0	%0	0	%0	0	%0	1	%1,4	
Toplam	21	%100	15	%100	24	%100	10	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile istihdam edilen eleman sayısı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=11,268$; $p=0,506>0.05$). İstihdam edilen eleman sayısı yok olanların %19'unun çocuğu bulunmamakta, %28,6'sının 1 çocuğu bulunmakta, %33,3'ünün 2 çocuğu bulunmakta, %14,3'ünün 3 çocuğu bulunmakta, %4,8'ünün 4 çocuğu bulunmaktadır. İstihdam edilen eleman sayısı 1 olanların %26,7'sinin çocuğu yoktur. %33,3'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %6,7'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %33,3'ünün 3 çocuğu olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 2 olanların %37,5'inin çocuğu yoktur. %25'inin 1 çocuğu bulunmakta, %25'inin 2 çocuğu bulunmakta, %12,5'inin 3 çocuğu olduğu görülmektedir. İstihdam edilen eleman sayısı 3 ve üzeri olanların %20'sinin çocuğu yoktur. %50'sinin 1 çocuğu bulunmakta, %20'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %10'unun 3 çocuğu olduğu görülmektedir.

Tablo 57: Çocuk Sayısı ile Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Girişimci Olmadan Önce Çalışma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Yok	4	%16	15	%33,3	19	%27,1	X ² =5,340 p=0,254
1	11	%44	11	%24,4	22	%31,4	
2	7	%28	9	%20	16	%22,9	
3	3	%12	9	%20	12	%17,1	
4	0	%0	1	%2,2	1	%1,4	
Toplam	25	%100	45	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile girişimci olmadan önce çalışma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=5,340$; $p=0,254>0.05$). Girişimci olmadan önce çalışma durumu evet olanların %16'sinin çocuğu yoktur. %44'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %28'inin 2 çocuğu bulunmakta, %12'sinin 3 çocuğu olduğu görülmektedir. Girişimci olmadan önce çalışma durumu hayır olanların %33,3'ünün çocuğu yoktur. %24,4'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %20'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %20'sinin 3 çocuğu bulunmakta, %2,2'sinin ise 4 çocuğu olduğu görülmektedir.

Tablo 58: Çocuk Sayısı ile Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Girişimcilik Kararını Kimin Verdiği								X ² /p
	Kendi		Eş İle Birlikte		Anne Babayla		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yok	10	%27	0	%0	9	%81,8	19	%27,1	X ² =29,759 p=0 00
1	11	%29,7	9	%40,9	2	%18,2	22	%31,4	
2	11	%29,7	5	%22,7	0	%0	16	%22,9	
3	5	%13,5	7	%31,8	0	%0	12	%17,1	
4	0	%0	1	%4,5	0	%0	1	%1,4	
Toplam	37	%100	22	%100	11	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile girişimcilik kararını kimin verdiği arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=29,759$; $p=0 00<0.05$). Girişimcilik kararını kimin verdiği kendi olanların %27'sinin çocuğu yoktur. %29,7'sinin 1 çocuğu bulunmakta, %29,7'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %13,5'inin 3 çocuğu bulunmaktadır. Girişimcilik kararını kimin verdiği eş ile birlikte olanların %40,9'unun 1 çocuğu bulunmakta, %22,7'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %31,8'inin 3 çocuğu bulunmakta, %4,5'inin 4 çocuğu bulunmaktadır. Girişimcilik kararını kimin verdiği anne babayla olanların %81,8'inin çocuğu yoktur. %18,2'inin 1 çocuğu olduğu görülmektedir.

Tablo 59: Çocuk Sayısı ile Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Yok	3	%20	16	%29,1	19	%27,1	X ² =0,866 p=0,929
1	5	%33,3	17	%30,9	22	%31,4	
2	4	%26,7	12	%21,8	16	%22,9	
3	3	%20	9	%16,4	12	%17,1	
4	0	%0	1	%1,8	1	%1,4	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($X^2=0,866$; $p=0,929>0.05$). Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu evet olanların %20'inin çocuğu yok, %33,3'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %26,7'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %20'sinin 3 çocuğu bulunmaktadır. Mesleki eğitim olanaklarından yararlanma durumu hayır olanların

%29,1'inin çocuğu yoktur. %30,9'unun 1 çocuğu bulunmakta, %21,8'inin 2 çocuğu bulunmakta, %16,4'ünün 3 çocuğu bulunmakta, %1,8'inin 4 çocuğu olduğu görülmektedir.

Tablo 60: Çocuk Sayısı ile Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Devlet Teşvikli Desteklerden Yararlanma Durumu						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Yok	18	%27,3	1	%25	19	%27,1	X ² =1,269 p=0,867
1	20	%30,3	2	%50	22	%31,4	
2	15	%22,7	1	%25	16	%22,9	
3	12	%18,2	0	%0	12	%17,1	
4	1	%1,5	0	%0	1	%1,4	
Toplam	66	%100	4	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=1,269; p=0,867>0.05). Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu evet olanların %27,3'ünün çocuğu yoktur. %30,3'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %22,7'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %18,2'sinin 3 çocuğu bulunmakta, %1,5 4 çocuğu bulunmaktadır. Devlet teşvikli desteklerden yararlanma durumu hayır olanların %25'inin çocuğu yoktur. %50'sinin 1 çocuğu bulunmakta, %25'inin 2 çocuğu olduğu görülmektedir.

Tablo 61: Çocuk Sayısı ile Teşvik Oranı Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Teşvik Oranı(%)								X ² /p
	50 Ve Altı		51-79		80-100		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yok	7	%18,4	4	%26,7	8	%47,1	19	%27,1	X ² =10,755 p=0,216
1	14	%36,8	7	%46,7	1	%5,9	22	%31,4	
2	10	%26,3	2	%13,3	4	%23,5	16	%22,9	
3	6	%15,8	2	%13,3	4	%23,5	12	%17,1	
4	1	%2,6	0	%0	0	%0	1	%1,4	
Toplam	38	%100	15	%100	17	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile teşvik oranı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (X²=10,755; p=0,216>0.05). Teşvik oranı %50 ve altı olanların %18,4'ünün çocuğu yoktur. %36,8'inin 1 çocuğu bulunmakta, %26,3'ünün 2 çocuğu bulunmakta, %15,8'inin 3

çocuğu bulunmakta, %2,6'sinin 4 çocuğu bulunmaktadır. Teşvik oranı %51-%79 olanların %26,7'sinin çocuğu yoktur. %46,7'sinin 1 çocuğu bulunmakta, %13,3'ünün 2 çocuğu bulunmakta, %13,3'ünün 3 çocuğu bulunmaktadır. Teşvik oranı %80-%100 olanların %47,1'inin çocuğu yoktur. %5,9'unun 1 çocuğu bulunmakta, %23,5'inin 2 çocuğu bulunmakta, %23,5'inin 3 çocuğu olduğu görülmektedir.

Tablo 62: Çocuk Sayısı ile Web Sitesi Sahipliği Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Web Sitesi Sahipliği						X ² /p
	Evet		Hayır		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	
Yok	7	%46,7	12	%21,8	19	%27,1	X ² =6,710 p=0,152
1	2	%13,3	20	%36,4	22	%31,4	
2	2	%13,3	14	%25,5	16	%22,9	
3	4	%26,7	8	%14,5	12	%17,1	
4	0	%0	1	%1,8	1	%1,4	
Toplam	15	%100	55	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile web sitesi sahipliği arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır(X²=6,710; p=0,152>0.05). Web sitesi sahipliği evet olanların %46,7'sinin çocuğu yoktur. %13,3'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %13,3'ünün 2 çocuğu bulunmakta, %26,7'sinin 3 çocuğu bulunmaktadır. Web sitesi sahipliği hayır olanların %21,8'inin çocuğu yoktur. %36,4'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %25,5'inin 2 çocuğu bulunmakta, %14,5'inin 3 çocuğu bulunmakta, %1,8'inin 4 çocuğu olduğu görülmektedir.

Tablo 63: Çocuk Sayısı ile Aylık Toplam Net Kazanç Arasındaki İlişki

Çocuk Sayısı	Aylık Toplam Net Kazanç(₺)								X ² /p
	2500-3500		3501-5500		5500 Üzeri		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yok	4	%17,4	1	%10	14	%37,8	19	%27,1	X ² =14,398 p=0 72
1	8	%34,8	2	%20	12	%32,4	22	%31,4	
2	3	%13	5	%50	8	%21,6	16	%22,9	
3	7	%30,4	2	%20	3	%8,1	12	%17,1	
4	1	%4,3	0	%0	0	%0	1	%1,4	
Toplam	23	%100	10	%100	37	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile aylık toplam net kazanç arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır(X²=14,398; p=0 72>0.05). Aylık toplam net kazanç 2500₺-3500₺

olanların %17,4'ünün çocuğu yoktur. %34,8'inin 1 çocuğu bulunmakta, %13'ünün 2 çocuğu bulunmakta, %30,4'ünün 3 çocuğu bulunmakta, %4,3'ünün 4 çocuğu bulunmaktadır. Aylık toplam net kazanç 3501tl-5500tl olanların %10'unun çocuğu yoktur. %20'sinin 1 çocuğu bulunmakta, %50'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %20'sinin 3 çocuğu bulunmaktadır. Aylık toplam net kazanç 5500tl üzeri olanların %37,8'inin çocuğu yoktur. %32,4'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %21,6'sinin 2 çocuğu bulunmakta, %8,1'inin 3 çocuğu olduğu görölmektedir.

Tablo 64: Çocuk Sayısı ile İngilizce Dil Seviyesi Arasındaki İlişki

12	İngilizce Dil Seviyesi										X ² /p
	İyi		Orta		Düşük		Bilmiyorum		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yok	2	%66,7	3	%50	9	%60	5	%10,9	19	%27,1	X ² =20 84 p=0 66
1	1	%33,3	2	%33,3	2	%13,3	17	%37	22	%31,4	
2	0	%0	1	%16,7	2	%13,3	13	%28,3	16	%22,9	
3	0	%0	0	%0	2	%13,3	10	%21,7	12	%17,1	
4	0	%0	0	%0	0	%0	1	%2,2	1	%1,4	
Toplam	3	%100	6	%100	15	%100	46	%100	70	%100	

Çocuk Sayısı ile İngilizce dil seviyesi arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır(X²=20 84; p=0 66>0.05). İngilizce dil seviyesi iyi olanların %66,7'sinin çocuğu yoktur. %33,3'ünün 1 çocuğu bulunmaktadır. İngilizce dil seviyesi orta olanların %50'sinin çocuğu yoktur. %33,3'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %16,7'sinin 2 çocuğu bulunmaktadır. İngilizce dil seviyesi düşük olanların %60'ının çocuğu yoktur. %13,3'ünün 1 çocuğu bulunmakta, %13,3'ünün 2 çocuğu bulunmakta, %13,3'ünün 3 çocuğu bulunmaktadır. İngilizce dil seviyesi bilmiyorum olanların %10,9'unun çocuğu yoktur. %37 'sinin 1 çocuğu bulunmakta, %28,3'ünün 2 çocuğu bulunmakta, %21,7'sinin 3 çocuğu bulunmakta, %2,2'sinin 4 çocuğu olduğu görölmektedir.

3.4 SONUÇ

Kadınların her geçen gün iş hayatına daha fazla oranda katılımı ile birlikte ekonomide yarattıkları değişim, ekonomik ve sosyal anlayışta hâkim olan kalıp yargılarda da değişim yaşanmasına yol açmıştır. Eskiden kadının çalışma alanı daha sınırlıyken, artık çok farklı alanlarda kadınlar kendilerini gösterebilmektedir. Toplumsal anlayışta kadının iş hayatındaki yerine bakış her ne kadar değişse de

günümüzde dahi ülkemizde kadın girişimcilerin karşılaştıkları birtakım engeller vardır. Her şeyden önce kadınlar toplumsal cinsiyetçi anlayıştan kaynaklı ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Erkekler herhangi bir girişim fikirlerini uygulamaya koyacaklarında kadınlara göre çevrelerinden daha fazla destek görmektedir. Kadının anne olma, eş olma gibi ailevi rolleri öncelikli vazife olarak toplum tarafından kadına dayatılmaktadır. Bu da kadının iş hayatına gerektiği şekilde önem verememesine ya da iş hayatını aksatmasına yol açmaktadır. Çalışan erkek ise tüm ailevi görevlerinden muaf tutulabilmektedir. Bu anlamda çalışan bir erkeğe toplum daha toleranslı davranabilmektedir. Finansal imkânlar konusunda da erkekler kadınlara göre daha avantajlıdır.

Diğer taraftan kadınların kaynak temini, iş kurma, finans ve muhasebe konularındaki bilgi eksiklikleri ve bu konudaki bürokratik işleyişi bilmemeleri de girişimcilik konusunda risk almalarını zorlaştırmaktadır. İktisadi ve sosyal hayat içinde kadınların bulunması ve girişimcilik anında aktif roller alması oldukça önemlidir. Her ne kadar bazı dış ülkelerdeki gibi ülkemizde de kadın girişimci oranı düşük olmuş olsa da, bu konu üzerinde faaliyetlerin ve artırılması kadın girişimci oranının yükselmesi için büyük etkidir. Kadın girişimcilerin özellikle ülke içinde desteklenmesinde büyük önem arz etmektedir. Özellikle girişimci kadınların ülkemizde istihdamı artıracığı ve bunun sonucuna bağlı olarak gelebilecek olumlu ekonomik adımlar, genç kadınların fikirleri ışığında daha sistemli ve daha hızlı yürütebilmesi için mevcut girişimciliğin önündeki engellere çözüm bulunması gereklidir.

Türkiye’de ki girişimcilik faaliyetleri konusunda KOSGEB’in payı oldukça yüksektir. Girişimci kadınları desteklemek için birçok plan ve program uygulamaktadır. Ancak arka planda girişimci kadınlara bu desteğin verilmesi için sunulan iş planının incelenmesi süreci çok uzundur. Ek olarak girişimci kadınlara seminerler, sunumlar ve eğitimler verilmektedir. Tüm bu zorlu sürecin sonunda, kadınların girişimci teşviklerinden yararlanıp yaralanamayacağı ve izleyeceği adımların neler olduğunu anlatılmaya çalışılsa da prosedür karmaşasından kaynaklı iletişim kopuklukları doğmaktadır. Bu durumun kalite düzeyini artırabilmek için uygulanan prosedür kısmı daha anlaşılır ve sade olmalıdır. Kadın girişimcilerle iletişimin daha net olması gerekmektedir. Çalışmanın konu aldığı Niğde ilinde kadın girişimciliği hususunda programların gelişmesi ve yeniliklerin getirilebilmesi için birkaç adım izlenebilir;

- Vasıflı/vasıfız gözetmeksizin girişimci kadınların, kendi alanında uzman bireyler ile aynı ortamda bulunması ve oluşturulan bu alanda bir network sağlanması,
- Özellikle oluşturulacak olan programlara büyük ve köklü firmaların destek vermesi
- Girişimci kadınların her hangi bir sorun ile karşılaştığında veya sorun olmasa dahi sormak istediği soruların cevaplandırması için özel bir iletişim hattının oluşturulması,
- Girişimci kadınların programın ilk aşamasında, doğrudan veya dolaylı yoldan herhangi vergi ücretine tabi tutulmaması,
- Toplumsal açıdan kadınlar için fikir ve zihniyetin değiştirilmesi yani toplumsal bakış açısının açılması,
- Girişimci kadınların motive olması için temel taşların oturtulması,
- KOSGEB tarafından verilen seminer ve derslerin sonunda, olumlu ya da olumsuz olarak anlatımların değerlendirilmesi,
- Uzman kadrolarla network sağlanabildiği gibi, girişim sonrası hem başarılı hem de başarısız iş kadınlarının örneklerinin sunumu yapılması gerekirse bu iş kadınları ile ilgili bir program düzenleyerek kadın girişimcilere yol oluşturulması,
- Üzerinde durulacak alan ile ilgili bir takım derslerin uzmanlar tarafından verilmesi

Kadın girişimciliğini destekleyen kamu politikaları genellikle sunulan fırsatların kullanılabilirliğini artırmaya odaklanmaktadır. Kadınlara sunulan girişimcilik eğitimleri ve danışmanlık, kaynakları doğru ve etkili kullanmada, finansmana erişimde ve girişimcilik ağları oluşturmada faydalıdır. Kadın girişimciliğinin önündeki engelleri ortadan kaldırmak için çevreyi etkilemek üzere daha fazla farkındalık yaratılmalıdır. Toplumsal cinsiyete duyarlı girişimcilik eğitimleri, özellikle kadınlar için girişimciliğe yönelik sosyal tutumların değişmesi ve kadınların girişim fırsatları yakalamalarını cesaretlendirecektir.

Sonuç olarak bu tezin ana hedefi; girişimci kadınların iş kurma süreci içerisinde yaşadıkları sorunların neler olduğunun tanımlanması, bu projenin tamamlanmasında ve bu süreçte kadınların enerjisini düşüren ve başarılarına mani olan sebeplerin

tanımlanması, bu problemlere karşı nasıl bir yol izlenmesi gerektiği ve verilen teşvik ve desteklerin yeterli olup olmadığını araştırmaktı. Araştırma ile toplanan veriler incelenmiştir. Girişimci kadınların projesini kurduğu alanların yüksek kira tutarları en büyük problemler arasında gelmektedir. Her ne kadar verilen destek bir kısmı karşılansa da, yeterli olmayıp kadın girişimcilerin en az iki yıl kadar kredi ödedikleri bilinmektedir. Bunun en büyük sebebi ise durgun bir alışverişe sahip olunmasıdır. Girişimci kadınların etkinliklerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması için düşük faizli krediler, daha fazla seminer ve eğitim programları, öznel gelişim ve öz güven için uygulanacak olan programların detaylandırılması, bürokrasinin ağırlığının programlara daha az yansması, bu gelişmelerin önüne geçebilecek herhangi bir engelin/engellerin ortadan kaldırılması, cinsiyet eşitsizliğinin önüne geçilmesi gerekmektedir. Ancak girişimci kadınların en önemli sorunu hem dışarıda hem evde çalışmalarını sonucunda ağır yüklerle baş etmeye çalışmaktadırlar. Erkek her ne kadar kadının yapabileceği her işte çalışabileceğini söylese de ev ile ilgili sorumluluklarda rol almayı istememektedir. Bu da kadının her alanda ne kadar fedakâr olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmada yer alan kadın girişimciler yaşadıkları toplumdan etkilenmekle beraber topluma uyum sağlamak ve yer edinmek konusunda çaba göstermektedirler. Tezin elde ettiği bulgular doğrultusunda, kadınların girişimcilik konusunda kendilerini geliştirmek istemelerinin en büyük sebepleri; refah düzeylerinin artmak, hayallerini gerçeğe dönüştürebilmek, finansal bağımsızlık elde etmek ve ailede/toplumda sosyal statülerini yükseltmek istemeleri olarak verilebilir.

KAYNAKÇA

- Akmermer B. ve Çolak Ç. D. (2016). " *Akademik Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Bir Kamu Politikası Önerisi*", İkinci Uluslararası Saraybosna Sosyal Bilimler Konferansı, 372-391.
- Alpşahin, U. (2011). " *Kadın Girişimcilerin Başarı Faktörleri: Farklılık Yaratan Stratejilerin Çözümlemesi*", Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Andrea, R. (2008). " *Gender Budgeting*", Management Strategy for Gender Equality at Universities, Munich.
- Arat N. (1993). " *Türkiye'de Kadın Girişimcilik*", Ankara: TES-AR Yayınları No:7, 204-212.
- Arıkan S. (2004). " *Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*", 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitapevi, 25.
- Arslanel N. M., Özkiraz A., Acungil Y. (2013). " *Yerel Kalkınma Saiki Olarak Kentlilik Bilinci*", Yerel ve Bölgesel Kalkınma, Küresel ve Yerel Bakış Açuları Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2013, 223-248.
- Aydınlı K. F. ve Küçükkömürler S. (2019). " *Kadınların İş Yaşamındaki Konumunun Hofstede'nin Kültür Boyutları Açısından İncelenmesi*", İş ve İnsan Dergisi, Sayı:6, 43-53.
- Bakırcı, K. (2011). " *Business, Women In*", Editors Zeiss Stange, M., K. Oyster, C. & Sloan, J.E(Eds.). " *Encyclopedia of Women in Today's World*", Volume 1, (p. 206- 210.), Thousands Oaks: Sage Publications.
- Bakırtaş, H. ve Tekinşen, A. (2006). " *E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri*", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 16, 125-138.
- Başar M. (2013). " *Girişimcilik içinde Ünite 1: Girişimcilik ve Girişimcilik Süreçleri*", Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 5.
- Başaran R. (2017). " *Akademik Girişimcilik*", Girişimcilik ; Temel Kavramlar,

Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları,243-251.

BMF (2009). "*Federal Ministry of Finance*", Gender Budgeting in Austria.

Boer, M. (2008). "*Financing for Gender Equality and the Empow-erment of Women The situation in the Netherlands*", Nederlandse Vrouwen Raad, Nedherland.

Böyükaslan H. D. (2017). "*Girişimcilik*", Girişimcilik; Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları,13-30

Can, Y. ve Karataş, A. (2007). "*Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği*", Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı.

Çabuk, S., Südaş, H., Araç, S. (2015). "*Kadın Girişimcilerin İş Yaşam Süreçlerinin İncelenmesi: Adana İlindeki Girişimciler Üzerine Bir Uygulama*", Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12 (31), 423-441.

Çakmak K. H. (2003). "*Kalkınma İktisadı Literatüründe Gelişme Kavramının Evrimi*", H.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 21, Sayı 2, 49-68

Çelik C. (2017). "*Eko Girişimcilik*", Girişimcilik; Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları,161-178

Çetin M. (2007). "*Yerel Ekonomik Kalkınma Yaklaşımı ve Uluslararası Organizasyonlar*", Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Cilt,14, Sayı,1,153-170

Çokgezen, M. (2012). "*Türkiye'de Devlet, Girişimcilik ve Yerel Kalkınma*", İstanbul: İTO Yayınları, Yayın No: 2010-110

Demirel E. T. (2017). "*Sosyal Girişimcilik*", Girişimcilik; Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları,121-140

- Doğan, B., Tekin, B., Metin A. (2010). “*Kadın Girişimciliği*”, Ankara (1. Baskı): Nobel Yayınları.
- Dufner, U. (2007). “*The Debate On Gender Mainstreaming In Turkey*”, İstanbul.
- Durakan, İ. (2011). “*Girişimciliği etkileyen çevresel faktörlerle ilgili girişimcilerin tutumları: Bir alan araştırması*”, Yönetim Bilimleri Dergisi, 9(2), 191-212.
- Efeoğlu E. (2014). “*Çevreci Açıdan Girişim; Eko-Girişimcilik*”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 23, Sayı 1, 2014, Sayfa 103-118.
- Elizabeth, V. (2005). “*Gender Budgeting in the EU*”, Almenara Estudios Economicos Y Sociales.
- Elson, D. (1998). “*Integrating Gender Issues into National Budgetary Policies and Procedures: Some Policy Options*”, Journal of International Development, V:10.
- Emre, S. (2013). “*Kadın Girişimcilerin Kültür ve Cinsiyet Kaynaklı Zorlukları Aşabileceklerine İlişkin İnançları ve Bir Araştırma*”, Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Fidan, F. ve Yılmaz, T. (2006). “*Kadın Girişimciliğine Alternatif Bakış: Serüven mi? Macera mı?*”, 2. Ulusal Kadın Çalışmaları Konferansı Bildirisi.
- Güdek, R. C. (2016). “*Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin İncelenmesi: Ankara İli Uygulaması*”, Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gülmez M. Ve Yalman İ. N. (2010). “*Yatırım Teşviklerinin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri, Sivas İli Örneği*” ,Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt, 24, Sayı, 2 .
- Gündüz, A. Y. (2006). “*Bölgesel Kalkınma Politikası*”, Bursa, Ekin Kitabevi Yayınları, 2006. <http://www.gundem.tv/ekonomi/turkiye-kadin-girisimcide-sinifta-kaldi-h15150.html>, Erişim Tarihi:19.05.2020.

- Güney S. (2006). "Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış", Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, cilt 1, sayı 1, 25-43.
- Hazman G. G. (2011). "Türkiye'de Yerel Düzeyde Kalkınma Hedefi Ve Belediyeler", Seçkin Yayıncılık, Ankara .
- Hisrich R.D. ve Peters M. P. (1998). "Entrepreneurship, Pennsylvania: McGrawhill", 9.
- Işık F. (2015). "Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri IŞIK'ın Değerlendirmesi", Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi,T.C.Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, sayı 315, 4-7.
- İskender H. Y. ve İskender E. (2016). "Akademik Girişimcilik Bağlamında Tübitak Desteklerinin Dağılımının İncelenmesi", IJBEMP Uluslar arası Ekonomi, İşletme ve Yönetim Perspektifleri Dergisi,Yıl, 1, Sayı, 3,54-75.
- Kara M. ve Çetin M. (2008). "Bir Kalkınma Aracı Olarak Organize Sanayi Bölgeleri, Isparta Süleyman Demirel Organize Sanayi Bölgesi Üzerine Bir Araştırma", Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı, 31, 49-68.
- Kelley, D. J., Brush, C.G., Greene, P.G, Litovsky, Y. (2011), "Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Women's Report", [http://www.gemconsortium.org /docs/download/768](http://www.gemconsortium.org/docs/download/768) , Erişim Tarihi, 02.02.2020.
- KOSGEB (2019). "Stratejik Plan 2019-2023", <https://www.kosgeb.gov.tr/>, Erişim Tarihi, 20.07.2020.
- Kumkale İ. (2017). "Stratejik Girişimcilik ve Girişimcilikte Yeni Yönetim Yaklaşımları", Girişimcilik; Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları, 215-241.
- Kutlu, Ö. (2006). "Türkiye'de Kadın Girişimciliği", Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Leadbetter, H. (2004). "Gender Budgeting", Spectrum, Policy & Technical

- Marangoz, M. (2012), "*Girişimcilik (1. Baskı)*". İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Mert G. (2019). "*Girişimcilik Öyküleri*", https://www.researchgate.net/publication/336605303_GIRISIMCILIK_OYKULERI , Erişim Tarihi 17.05.2020, Akademi Titez Yayınları, İstanbul, 15.
- Morçin, S. E. (2013). "*Türk kültüründe kadın girişimciliği: kavramsal bir değerlendirme*", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 8(2), 167-190.
- Onay, Ü. G. (2013). "*Kadın Girişimciliğini Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler: Isparta KOSGEB Girişimcilik Destekleri Üzerine Bir Araştırma*", Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Onay M. (2017). "*İç Girişimcilik*" ,Girişimcilik ; Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları, 93-119.
- Öztürk M. ve Arslan, İ.K. (2016), "*Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*", Tartışma Metni, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Öztürk, M.D. (2016). "*Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Özyılmaz A. M. (2016). "*Türkiye’de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma*", Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Perktaş, E. (2014). "*Bölgesel Kalkınma Özelinde Girişimciliğin Ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü*", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (7), 472-486.
- Saray, G. (1993). "*Türkiye’de Kadın Girişimciliği, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli*", Ankara.
- Sarı, M. (2017). "*Türkiye’de cinsiyete dayalı ayrımcılığın kadının çalışma ve siyasal*

yaşamdaki yerine etkisi”, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6(2), 1189-1203.

Sipahi H. ve KARTAL Y. (2018). *”Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Geleceği: Genç Kadın Girişimcilerin Serüvenleri”*, Kadınların Çalışmalarında Güncel Konular, Eğitim Yayınevi, Konya,400.

Soysal, A. (2010). *”Türkiye’de kadın girişimciler: engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme”*, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65(1), 83-114.

Soysal A. (2017). *”Kamu Girişimciliği”*, Girişimcilik ; Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları,141-160,203-214.

Şenol N. (2010). *”Kadın Dostu Kentler Avrupa’dan Örnekler, BM Kadın ve Kız Çocuklarının İnsan Haklarının Korunması ve Geliştirilmesi Ortak Programı”*, https://turkey.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/kadin_dostu_kentler_2010.pdf (Erişim Tarihi:01.02.2020).

Tamer, G. (2013). *”Dünya’ya Kıyasla Türkiye’de Kadın Girişimciliği”*. International Conference on Eurasian Economies, Session 3C, ss. 649-656.

TekİN N. (2004). *”Başarılı Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın ve Girişimciler”*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Sayı:1.

Tüğen, K. Ve Özen, A. (2008). *”Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme Anlayışı”*, Maliye Dergisi, Sayı:154, Ocak-Haziran 2008. Girişimi Araştırma Raporu, 2013.

TÜİK (2019). *”İşgücü İstatistikleri”*, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24633> Erişim Tarihi: 10-19.02.2020.

Türkiye Girişimcilik Stratejisi Ve Eylem Planı (2015). *”Türkiye’de Kadın Emeği ve İstihdamına Yönelik Politikalar: Kadın Emeği ve İstihdamı”*.

TUGİAD (1993). *”Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri”*, İstanbul, Simge Matbaacılık, 8.

TÜSİAD ve KAGİDER (2008). *”Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sorunlar,*

Öncelikler ve Çözüm Önerileri”, Yayın No: TÜSİAD-T/2008-07/468, İstanbul.

Top S. (2006). “*Girişimcilik Keşif Süreci*”, 1.Baskı, İstanbul: Beta Yayınevi, 6.

UNDP (2005), “*Gender Budgeting In Malaysia, Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat Ministry of Women, Family and Community Developmet*”.

Vingelli G. (2010). “*Giovanna, A critical review on Gender Budgeting in Italy*”, s.14.
<http://www.rosadoc.be/site/rosa/english/pdf/athena/vingellimadrid.pdf>
(Erişim Tarihi:03.02.2020).

Yetim, N. (2002). “*Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği*”
<http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423877182.pdf>
(Erişim: 09.02.2020).

Yılmaz V. ve Efsan Ç. N. (2019). ” *Yerel Kalkınma Aktörlerinin Yerel Kalkınma Yaklaşımı Perspektifinde İncelenmesi*” R&S - Research Studies Anatolia Journal, Vol, 2, Issue, 7,342-359

Yılmaz H. ve Görmüş A. Ş. (2012). “*Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek Ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması, Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma*”, Yaşar Üniversitesi Dergisi, cilt 26, sayı 7 ,4483-4504

Zengin Y. (2017). ”*Girişimcilik ve Teknoparklar*”, Girişimcilik ; Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Cinius Yayınları,411-444

İNTERNET KAYNAKLARI

İstihdam Oranları, <http://www.ilo.org/> , Erişim Tarihi: 11.02.2020

Kadın Girişimci Örnekleri, www.pazarlamasyon.com.tr ,Erişim Tarihi 11.02.2020

Kadın ve Erkek İstihdam Dağılımı, www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 19.02.2020

Kadınlara Özel Kefalet Fonu, [Http://www.womenandtechnology.eu/](http://www.womenandtechnology.eu/)

[digitalcity/documents.jsp?dom=AAAABIVV&dok=AAABAAFL&fmn=AA
AAUSFU&pri=AAAAUSFB&men=AAAAXUDY](http://digitalcity/documents.jsp?dom=AAAABIVV&dok=AAABAAFL&fmn=AA
AAUSFU&pri=AAAAUSFB&men=AAAAXUDY), Erişim
Tarihi:01.02.2020

Niğde Demografik Yapısı, <https://www.endeksa.com/> ,Erişim Tarihi 28.03.2020

Niğde Demografik Yapısı, <http://www.nigde.gov.tr/nufus-ve-idari-yapi> , Erişim Tarihi
24.03.2020

Niğde Yatırım Destek Ofisi, <https://www.investinnigde.com/> ,Erişim Tarihi 20.07.2020

Organize Sanayi Bölgeleri, <Http://Www.Yoikk.Gov.Tr> ,Erişim Tarihi,15.12.2019

Türkiye Esnaf Ve Sanatkârlar Konfederasyonu (1993). www.tesk.com.tr , Erişim
Tarihi: 26.01.2020.

Uluslararası Kadın İstihdamı Oranları, <https://stats.oecd.org/index.aspx>, Erişim
Tarihi,15.12.2019

EKLER

Ek 1: Farklı Gelir Grubundaki Ülkelerde Kadın ve Erkek İstihdamının Sektörlere Göre Dağılımı (%)

Ülkeler	Cinsiyet	Sektörler	Yıllar				
			2000	2011	2016	2017	2018
İsveç	Erkek	Hizmet	59,9	66	69,3	68,8	72
		Sanayi	36,7	30,9	28,7	28,5	29,5
		Tarım	3,4	3,1	3	2,7	2,9
	Kadın	Hizmet	87,4	91,4	92,1	93	94,1
		Sanayi	11,4	7,6	6,9	7	6,9
		Tarım	1,3	1	1	1	1
Norveç	Erkek	Hizmet	61,3	64,9	65,3	66,1	66,2
		Sanayi	32,7	31,2	31,7	30,8	34,8
		Tarım	6	3,9	3	3,1	3,1
	Kadın	Hizmet	88,3	92	91,9	92,1	92,1
		Sanayi	9,4	7	7,2	6,9	6,9
		Tarım	2,3	1	0,9	1	1
Danimarka	Erkek	Hizmet	59,2	67,1	68,4	69,2	69
		Sanayi	35,6	29,1	27,8	27	27,1
		Tarım	5,1	3,9	3,8	3,9	3,9
	Kadın	Hizmet	84,6	89,9	89,3	89,7	89,4
		Sanayi	13,4	9,2	9,7	9,3	9,5
		Tarım	2	0,9	1,1	1	1,1
Meksika	Erkek	Hizmet	47,7	51,7	50,8	50,9	50,6
		Sanayi	29,4	28,8	29,9	30,7	30,8
		Tarım	23	19,4	19,2	18,4	18,6
	Kadın	Hizmet	71,2	80,5	80	79,7	79,4
		Sanayi	22,1	15,7	16,5	16,9	17
		Tarım	6,7	3,8	3,5	3,4	3,6
Türkiye	Erkek	Hizmet	45,2	52,2	52,2	52,9	53,2
		Sanayi	28,1	30,4	32,1	31,7	31,7
		Tarım	26,7	17,4	15,7	15,4	15,2
	Kadın	Hizmet	26,6	44,9	52,8	55,4	55,3
		Sanayi	13,3	16	16,3	16	16
		Tarım	60,2	39,2	31	28,6	28,8
Afganistan	Erkek	Hizmet	16,1	31	34,1	33,9	33,2
		Sanayi	5,8	6,2	6,9	7	6,9
		Tarım	78,1	62,8	59	59,1	59,9
	Kadın	Hizmet	7,1	18,8	21,9	21,8	20,8
		Sanayi	6,6	5,5	5,7	5,6	5,5
		Tarım	86,3	75,6	72,4	72,6	73,7
Mısır	Erkek	Hizmet	48	46	47,9	47,3	47,9
		Sanayi	24,6	28,6	29,9	30,3	30,4
		Tarım	27,4	25,5	22,3	22,4	21,7

Yemen	Kadın	Hizmet	53,7	50,9	54,2	55,4	56,5
		Sanayi	6,9	5,2	5,6	6,1	6
		Tarım	39,4	43,9	40,2	38,4	37,5
	Erkek	Hizmet	46,3	56,8	52,6	51,2	44,1
		Sanayi	14,4	19,4	14,4	14,4	12,9
		Tarım	39,3	23,8	33	34,4	43
	Kadın	Hizmet	13,6	57,4	28,8	27	21,7
		Sanayi	3,8	14,6	14,6	15,7	12,7
		Tarım	82,5	28	56,7	57,2	65,6

Kaynak: www.ilo.org, 2018

Ek 2: Farklı Gelir Grubundaki Ülkelerde Kadın ve Erkek İstihdamının Statülere Göre Dağılımı

Ülkeler	Cinsiyet	Statü	Yıllar					
			2000	2011	2016	2017	2018	
İsveç	Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	84,1	85	86,1	86,4	86,5	
		Kendi Hesabına Çalışan	9,3	8,9	8,4	7,9	7,9	
		İşveren	6	5,9	5,3	15,4	5,4	
		Aile İşçisi	0,7	0,3	0,3	0,3	0,3	
	Kadın	Başkası Hesabına Çalışan	94,1	93,5	93,8	93,9	93,9	
		Kendi Hesabına Çalışan	3,8	4,5	4,3	4,2	4,2	
		İşveren	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	
		Aile İşçisi	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	
	Norveç	Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	90,1	89,3	90,8	90,8	90,4
			Kendi Hesabına Çalışan	7,3	7,4	6,5	6,4	6,8
İşveren			2,4	3,1	2,5	2,6	2,7	
Aile İşçisi			0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	
Kadın		Başkası Hesabına Çalışan	95,2	95,6	95,4	95,4	95,2	
		Kendi Hesabına Çalışan	3,4	3,1	3,6	3,5	3,7	
		İşveren	1	1,1	0,8	0,9	0,9	
		Aile İşçisi	0,5	0,3	0,2	0,2	0,2	
Danimarka		Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	87,9	87,7	88,4	88,1	88,1

		Kendi Hesabına Çalışan	5,4	6,8	6,2	6,3	6,3
		İşveren	6,6	5,4	5,1	4,9	4,9
		Aile İşçisi	0,2	0,1	0,3	0,7	0,8
	Kadın	Başkası Hesabına Çalışan	94,2	94,4	94,6	94	93,9
		Kendi Hesabına Çalışan	2,4	3,5	3,3	3,3	3,3
		İşveren	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8
		Aile İşçisi	1,8	0,5	0,4	0,9	1
Meksi- ka	Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	63,5	67,2	68,4	68,9	68,9
		Kendi Hesabına Çalışan	24,8	22,2	22,1	21,9	21,9
		İşveren	5,6	5,9	5,6	5,8	5,8
		Aile İşçisi	6,1	4,8	3,9	3,5	3,4
	Kadın	Başkası Hesabına Çalışan	64,6	65,7	67,1	67,4	67,5
		Kendi Hesabına Çalışan	20,9	22,7	22,9	23,1	23
		İşveren	2	2,3	2,3	2,3	2,3
		Aile İşçisi	12,6	9,4	7,7	7,2	7,2
Türkiye	Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	56,1	64,9	69,4	69,3	69,2
		Kendi Hesabına Çalışan	28,3	23,1	20,2	20,1	20,1
		İşveren	7	6,9	5,8	6	6,1
		Aile İşçisi	8,6	5,1	4,5	4,6	4,7
	Kadın	Başkası Hesabına Çalışan	39,6	50,7	61,8	63,5	61,9
		Kendi Hesabına Çalışan	11,9	12,8	8,9	8,8	8,7
		İşveren	1,2	1,3	1,2	1,4	1,4
		Aile İşçisi	47,3	35,2	28,2	26,4	28
Afga- nistan	Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	20,9	31,9	33,3	33,2	33,1
		Kendi Hesabına Çalışan	48	45,4	45,6	45,6	45,6
		İşveren	0,8	1,3	1,5	1,4	1,4
		Aile İşçisi	30,4	21,4	19,6	19,8	19,8
	Kadın	Başkası Hesabına	20,2	29,4	30,8	30,6	30,5

		Çalışan					
		Kendi Hesabına Çalışan	8,2	11,6	11	11,1	11,1
		İşveren	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
		Aile İşçisi	71,4	58,8	57,9	58	58,1
Mısır	Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	60,6	63,7	65,4	70	70,1
		Kendi Hesabına Çalışan	11,2	12	14,5	13	13
		İşveren	20,1	17,8	14,5	12,6	12,6
		Aile İşçisi	8,2	6,5	5,6	4,4	4,3
	Kadın	Başkası Hesabına Çalışan	57,2	53,1	51,7	65,9	66
		Kendi Hesabına Çalışan	12,3	13,6	6,4	8,4	8,4
		İşveren	4,5	2,8	2	2,3	2,3
		Aile İşçisi	26	30,6	40	23,5	23,4
Yemen	Erkek	Başkası Hesabına Çalışan	60,1	60,6	48,3	48	46,8
		Kendi Hesabına Çalışan	26,6	26,2	28,9	29,5	33,4
		İşveren	4,8	4,3	14,2	13,8	10
		Aile İşçisi	8,5	9	8,6	8,7	9,8
	Kadın	Başkası Hesabına Çalışan	61,1	41,4	26,2	26,3	28
		Kendi Hesabına Çalışan	18,9	28,8	25,1	25,2	26
		İşveren	1,8	1,5	8,4	7,8	4,1
		Aile İşçisi	18,2	28,4	40,3	40,6	41,9

Kaynak: www.ilo.org, 2018

NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN GİRİŞİMCİ ANKETİ

Bu anketin amacı Niğde'deki kadın girişimcileri tespit edip sağladıkları istihdam ile Niğde ekonomisine ve kendilerine olan faydayı tespit edip bu veriler ışığında bu alanda verilen teşvik ve desteklerin ne kadar yararlı/yeterli olduklarına ilişkin akademik bir çalışma ortaya çıkarmaktır.

Yaş Aralığı	25-34	35-44	45-54	55-64
-------------	-------	-------	-------	-------

Eğitim Durumu	İlkokul	Ortaokul	Lise	Yüksekokul	Fakülte
---------------	---------	----------	------	------------	---------

Medeni Durumu	Bekâr	Evli	Boşanmış
---------------	-------	------	----------

Çocuk Sayısı	1 Çocuk	2 Çocuk	3 Çocuk	4 Çocuk	4 ve üzeri
--------------	---------	---------	---------	---------	------------

Faaliyette bulunulan sektör	Ticaret	Hizmet	İmalat
-----------------------------	---------	--------	--------

İstihdam edilen eleman sayısı	
-------------------------------	--

Girişimci olmadan önce çalışıyor muydunuz? Çalışıyorsanız hangi işte çalışıyordunuz?	Evet():	Hayır ()
---	----------	-----------

Girişimci olma neden/nedenleriniz nelerdir?	
Ekonomik zorunluluk	()
Ailenin teşviki	()
Çalışma hayatını sevmek	()
Sosyal prestij	()
Ücretli çalışmaya eşin/ailenin izin vermemesi	()
Eşin/babanın ölümünden sonra eşin devralınması	()
Ücretli iş koşullarının kötü olması	()
Aile gelirine katkı	()
Ekonomik özgürlük	()
Bağımsız çalışma isteği	()
Üretken olma isteği	()
Alınan eğitim	()

Ücretli iş bulamamak	()
Aile-iş sorumluluğu arasında dengeyi kurma isteği	()

Girişimci Olarak Çalışma Kararını Kim Aldı?	Kendiniz	Eşiniz İle Birlikte	Anne-Babamla Birlikte
--	-----------------	----------------------------	------------------------------

Kendinizi Hangi Kişisel Özellikler İle Tanımlıyorsunuz?	
İyi iletişim kurabilen	()
Problemleri kolaylıkla çözebilen	()
Kendine güvenli	()
Çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilen	()
Akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış	()
İşbirliğine yatkın	()
Sabırlı ve hoşgörülü	()
Duygusal	()
Özverili	()
Hırslı ve kararlı	()
Yenilikçi	()
Risk alan	()
Yaratıcı	()
Bağımsız	()
Rekabetçi	()
Akılcı	()

İşinizi Kurarken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?	
Sermaye temini	()
Eleman temini	()
Deneyimsizlik	()
Araç-gereç temini	()
Diğer kadın girişimcilerle dayanışma eksikliği	()
Kiraların yüksek olması	()
Prosedür zorlukları	()
Kadın olmanın getirdiği zorluklar	()

İşinizi Yürütürken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?	
Diğer kadın girişimcilerle dayanışma eksikliği	()
Eleman temini	()
Aile ile ilgili konular	()
Deneyimsizlik	()
Kadın olmanın getirdiği zorluklar	()
Mali konular (kredi alamama, borç ödemesi, vergi ödemesi gibi)	()
Araç, gereç temini	()
Prosedür zorlukları	()
Pazarlama sorunu	()

Aşırı yorgunluk	()
-----------------	-----

Mesleki Eğitim Olanaklarından Yaralandınız mı? Yararlandıysanız Hangi Kurs Ya Da Kurumlarda Eğitim Aldınız?	Evet ()	Hayır ()
---	-------------	--------------

Girişimci Olarak Size Hangi İfadeler Uymaktadır?	EVET	HAYIR
Aile bütçesine katkı sağlanır.	()	()
Evlilik hayatında eşi ile anlaşmazlıkları daha çok olur.	()	()
İş ve ev işi nedeniyle daha stresli olur.	()	()
Eşi ve çocuklarıyla daha az ilgilenir.	()	()
Aile sorumluluklarını paylaşır.	()	()
Hayat tecrübesi ve becerisi artar.	()	()
Ev işlerini daha iyi programlar.	()	()
Çocuklara verdiği eğitim ve terbiye olumlu yönde gelişir.	()	()
Gereğinden fazla yorulur ve yıpranır.	()	()
Evde daha uyumlu ve anlayışlı davranır.	()	()
Evde daha çok sözü geçer.	()	()
İşyerindeki sıkıntılarını eve yansıtır.	()	()

Kadın Girişimci Olarak Devlet Teşvikli Desteklerden ve ya KOSGEB'in verdiği desteklerden Yararlandığınız mı? Yararlandıysanız Hangi Oranda Yararlandınız(%)?	Evet ()	Hayır ()
--	-------------	--------------

Bir web sitesine sahip misiniz? E-Hizmet veriyor musunuz?	Evet ()	Hayır ()
---	-------------	--------------

Aylık toplam net kazancınız hangi aralıkta?	2500-3500 ()	3500-5500 ()	5500-... ()
---	------------------	------------------	-----------------

İngilizce dil seviyeniz nedir?	İyi ()	Orta Düzey ()	Düşük Düzeyde ()	Bilmiyorum ()
--------------------------------	------------	-------------------	----------------------	-------------------

Sermayenizi Temin Ettiğiniz Araçlar nelerdir?	
Kişisel ailevi tasarruflar	()
Bankalardan kredi desteği	()
Yakınlardan borç alma	()
Miras	()
Diğer ortak/ortaklar	()
Karşılıksız destek	()

Kadın girişimci olmanın avantajları nelerdir?	
Başarı duygusu	()
Bir işle meşgul olma	()
Maddi özgürlük	()
Evin bütçesine katkıda bulunma	()
Kendine güven	()
Sosyal statü	()
İlgi alanı olması	()
Yaşamdan duyulan memnuniyet	()
Ev-iş rollerini oynamakta kolaylık	()
Rahat yaşama standardına ulaşma	()
Başkalarına istihdam olanağı sağlama	()
Tutkuların gerçekleşiyor olması	()
Çok para kazanma	()
Özgürlük	()
Saygınlık kazanma	()

Özgeçmiş

KİŞİSEL

İsim DİDEM BALKAYA

Adres turgutreis mah. gülcan sok. karanfil ap. no 11/4 yenişehir Kocasinan/KAYSERİ, 38000
KOCASINAN/KAYSERİ

Telefon numarası 05445185835

E-posta hradidembalkaya@gmail.com

Eğitim ve Nitelikler

Eyl 2013 - Haz 2017 **Lisans**
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde

Eyl 2017 - Ara 2020 **Yüksek Lisans**
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde

