

Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma

Abdullah SOYSAL

Yrd. Doç. Dr., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İİBF
İşletme Bölümü
asoyosal2005@hotmail.com

Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma

Characteristics of Women Entrepreneurs, Problems They Encountered and Suggestions to Women for Establishing Business: A Research in Kahramanmaras

Özet

1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışı, erkekler kadar kadınların da ilgi alanı içerisine girmiş, onları da bu süreçte iş yaşamının vazgeçilmez aktörleri haline getirmiştir. Özellikle kırılgan bir ekonomiye sahip olan ülkemizde, ekonomiyi büyütmeyen, zengin olmanın, kullanılmayan potansiyeli etkin hale getirmenin ve yeni iş sahaları oluşturmanın yolunun kadınların girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesinden geçtiği üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Bu bağlamda, kadın girişimcileri destekleyen politika ve programların ön plana çıkartılması ve kadınların da, ekonomik ve sosyal yaşamdaki potansiyellerini harekete geçirecek gücü kendilerinde görmeleri gerekmektedir. Bu çalışma, erkek egemen iş yaşamında girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların demografik ve kişisel özelliklerini ve yaşadıkları sorunları belirlemeyi ve bu çerçevede girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak olan kadınların daha az hata yapmalarına katkı sağlayacak önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, kadın girişimciliği, kadın girişimciliğinin özellikleri ve sorunları.

Abstract

The understanding of entrepreneurship, which presents a fast development since from the 1980's, has been interested by women as much as men, and turned women into essential elements of business life in this process. It's important to remember that, especially in Turkey, which has a fragile economy, encouraging women entrepreneurial activities is the key to grow the economy, to reach wealth, to activate the unused potential and to create new business areas. In this context, it's necessary to put the policies and programs that support women entrepreneurs to the forefront, and also women have to acknowledge their power to motivate their potential in economic and social life. This study, aims to determine demographic and personal characteristics and the problems experienced of women, who perform entrepreneurial activities in male-dominated business life, and also aims to make suggestions that will help entrepreneur women to make lesser mistakes in this framework.

Keywords: Entrepreneurship, women entrepreneurship, characteristics and problems of women entrepreneurship.

1. Giriş

1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışı, dünyada çalışanların demografik yapısında da birçok değişiklik meydana getirmiş ve bu değişimden özellikle kadınlar da önemli oranda etkilenmiştir. Sanayi Devrimi'ne kadar kadınların görevleri çok belirgin bir şekilde ev veya el işi olarak belirlenmişken, sonraki dönemlerde kadınların toplumdaki yerinde anlamlı değişimler olmuştur (Nayır, 2008: 634). İşgücüne katılan kadınlar çoğalmış, çalışan karı-koca sayısında yükselme meydana gelmiş ve ailenin geçimini tek başına sağlayan anneler daha sık görülmeye başlanmıştır.

Uluslararası rakamlara bakıldığında, kayıtlı ekonomi içindeki şirketlerin %25-33'ünün sahiplerinin kadın olduğu görülmektedir (Schindehutte vd., 2003: 94). Yine Dünya Bankası'nın yedi Orta Doğu ülkesinde yapmış olduğu bir çalışmada, toplam 4000 şirketin sahiplerinin %13'ünün kadın olduğu belirlenmiştir (Prifti vd., 2008). Bu durum Türkiye açısından değerlendirildiğinde 1995-2005 arasındaki on yıllık dönemde kadınların kırsal alanda işgücüne katılım oranı %49.3'ten %33.7'ye düşerken kentlerde %17.1'den %19.3'e çıkmıştır (TÜİK, 2007: 12-13). Bu durum kadınların tarımsal faaliyetlerden çok ticari ve ekonomik arenada daha bilinçli girişimcilik faaliyetlerine yöneldiğini göstermesi açısından önemlidir (Bedük, 2005: 113).

Bu bağlamda, kadın girişimciliğinin ekonomik ve toplumsal hayata önemli yarar ve fırsatlar sunduğu, kadınların kendi ülke ekonomilerini geliştirmede potansiyel girişimcilik faaliyetleri ile önemli bir kaldıraç kuvveti oluşturduğu söylenebilir. Örneğin, Avrupa'da (Avrupa Birliği ve diğer ülkeler), tahminler göstermektedir ki, yaklaşık 16 milyon işverenden, kendi işinde çalışan kadın sayısı 10 milyondan fazladır ve Amerika'da 9.2 milyon insan için istihdam sağlayanların 6.4 milyonu kendi işinde çalışan kadınlardan oluşmaktadır. Böylece kadın patronlar girişimsel ekonominin önemli bir bölümünü temsil etmektedirler. Türkiye'de ise kadın girişimci oranının diğer ülkelere (28 Avrupa ülkesi) göre oldukça düşük seviyede kaldığı ve %13 olduğu belirtilmektedir (Delmar, 2003: 14).

OECD kaynaklı bir araştırmada da, kadınların fırsatlara nispeten yenilikçi bir tarzda yaklaştıkları, iş yaşamının "yaşam kalitesi" yanında "yeni ekonomik çevrenin gelişimine" de katkı sağlayacak nitelikte bir düşünceye sahip oldukları saptanmıştır (Narin vd., 2006: 70). Yani erkek girişimcinin genelde otoriter yönetim tarzına yatkın olmasına karşın, kadın girişimci, yönetim olgusuna daha "bütüncül" yaklaşmakta, araştırma sonuçlarına göre personel eğitimi, takım çalışması, işletme yapısında hiyerarşinin azaltılması ve kalite konularında ve başarı olgusunu erkeklerden farklı değerlendirmesi sonucu çalışanların kariyerlerinde gelişimlerinin sağlanması ve müşterilerin beklentileri konularında daha duyarlı olmaktadır (Gürol ve Marşap, 2007: 103). Dünya Bankası'nın Orta Doğu ülkelerindeki şirketlerle ilgili yapmış

olduğu bir araştırmada, bu ülkedeki işletme sahibi olan kadınların Afrika ve Asya'daki diğer kadın girişimcilere oranla işletmelerini daha fazla büyütme eğiliminde oldukları ve birçok engelle karşılaşmalarına rağmen, erkek girişimcilere göre işletmelerinde daha fazla sayıda işçi çalıştırdıkları belirlenmiştir (Prifti vd., 2008).

Yine yapılan bir diğer araştırma sonucuna göre ise, kadın girişimciler "yönetimsel becerilerine ilişkin" özdeğerlendirmelerinde yeni fikirler ve yeni ürün geliştirme konularında kendi becerilerini "mükemmel" olarak tanımlamışlardır. Aynı araştırmada, insan ilişkileri, yönetim, geliştirme ve eğitim ile pazarlama, pazarlama araştırması alanında "çok iyi", envanter, üretim gibi işe yönelik teknik alanlarda "iyi" oldukları ortaya konulmuştur. Kadınların finans-sermaye kullanımında ise "nispeten yetersiz" kaldıkları alanlar olarak nitelendirilmiştir (Hisrich ve Brush, 1989: 34). İngiltere'nin en çok okunan gazetelerinden Times'ta yayınlanan ve 3500 kadın ve erkek çalışan üzerinde yapılan bir araştırmada, "Çalışanların patronlarını tanımlamaları ve nasıl bir patron istediklerini tarif etmeleri" istenmiştir. Yapılan araştırmanın sonucuna göre çalışanların, kadın patronla çalışmak istedikleri ortaya çıkmıştır (Örücü vd., 2007: 121-122).

Bu kapsamda özellikle kırılgan bir ekonomiye sahip olan ülkemizde de, ekonomiyi büyütmenin, istihdamı arttırmanın ve kalıcı bir üretim ve pazarlama anlayışı ile dünya ölçeğinde faaliyet gösteren işletmelerin yaratılmasında kadın girişimcilerin önemli bir rol oynayabileceği dikkate alınmalı ve kadınların da üretim yaşamı içine katılımını arttırmak için kadın girişimcileri destekleyen politika ve programların ön plana çıkartılması sağlanmalıdır. Ancak bu program ve düşüncelerin başarılı olabilmesi için kadın girişimcilerin demografik özelliklerini, karşılaştıkları engelleri, çalışma koşullarını, yönetim biçimlerini, işlerini kurma ve geliştirme stratejilerini, gelecek yönelimlerini ve örgütsel ve çevresel fırsatları değerlendirme potansiyellerini bilmek gerekmektedir. Dolayısıyla bu konuları ortaya koyan kapsamlı araştırmalara gerek vardır.

Bu çalışma, iş yaşamında girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların demografik ve kişisel özelliklerini ve yaşadıkları sorunları belirlemeyi ve bu çerçevede girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak olan kadınlara önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda çalışmada ilk olarak, kadın girişimciliği konusu teorik olarak ele alınmıştır. Araştırma kısmında ise Kahramanmaraş'ta girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların demografik özellikleri, kişisel özellikleri, girişimcilikte karşılaştıkları sorunlar ve girişimci olacak kadınlara olan tavsiyeleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

2. Kadın Girişimciliği: Teorik Çerçeve

Literatürde kadın girişimciliği tanımında şu ortak noktaların ön plana çıktığı söylenebilir (Ecevit, 1993: 17-18): Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya

sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadındır. Dolayısıyla eğitimi gördükleri alanlarda kendi mesleğini icra eden kadınlar herhangi bir riske girmeden çalıştıkları için girişimci olarak kabul edilmemektedirler.

Literatürde kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalarda kuramsal açıdan pek çok konunun incelendiği görülmektedir. Özellikle yapılan bazı araştırmalara bakıldığında, kadınların sahibi olduğu işletmelerin bazı kriterler açısından oldukça başarılı olduğu dikkate değer bir gelişme olarak göze çarpmaktadır (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 488). Bu bağlamda yapılan çalışmalarda, kadınların sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi, iş kurma nedenleri, işi kurma ve sürdürmede karşılaştıkları sorunlar ve örgütlenme eğilimleri gibi konular ağırlıkta olmuştur. Aynı zamanda bu çalışmalarda, kadın girişimcileri erkek girişimcilerden ayıran özellikler de ele alınmıştır.

Kadın girişimcilerin, işletmelerin kuruluş aşamalarında farklı rollerinin olduğu belirtilmektedir. Buna göre kadın girişimcilerin genellikle ya küçük çaplı işletmelerin ya da gelişme imkânı az olan firmaların kurulma aşamalarında rol oynadıkları ifade edilebilir (Kutaniş, 2003: 60). Bununla birlikte kadın girişimcilerin çoğunlukla kayıt dışı ekonomi olarak adlandırılan sektörlerde faaliyette buldukları söylenebilir (Nayır, 2008: 634).

Kadın girişimcileri erkek girişimcilerden ayıran özelliklere bakıldığında ise, özellikle tarafların toplumda üstlendikleri roller, gelenek ve görenekler veya insan hayatının çeşitli evrelerindeki ihtiyaçlarının değişmesi gibi faktörlerin ön plana çıktığı söylenebilir. Önemli bir diğer ayrım olarak ise erkek girişimcilerin ekonomik beklentilerinin, kadın girişimcilerin ise kişisel beklentilerinin ön planda olduğu, buna bağlı olarak da kadın girişimcilerin erkeklere nazaran daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duydukları belirlenmiştir (Kutaniş, 2003: 60). Dolayısıyla kadınlar, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kârdan çok sosyal itibara önem vermekte, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadır. (Yetim, 2008). Diğer taraftan girişimci kadınların firmaların kuruluş aşamalarında veya kendilerinin işe başladıkları dönemlerde iş ile ilgili beklentilerini düşük seviyede tuttukları ve bu yolla da hayal kırıklığına uğramadıkları gibi tatmin hissine bile ulaşabildikleri belirlenmiştir (Kutaniş ve Alparslan, 2006: 144).

Kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran girişimci olabilecekleri potansiyelin 35-45 yaş olduğu ve bu oranın erkek girişimcilerde daha erken başlayıp 25-35 yaş arasında değiştiği ifade edilmiştir (Yetim, 2008). Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme programı kapsamında 2003 yılında yapılan bir araştırmada ise er-

kek ve kadınların her ikisi için girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-34 yaş olduğu, bunu 35-44 ve 19-24 yaş grubu izlediği belirlenmiştir. 55 yaş ve üzerinin ise girişimcilik düzeylerinin en düşük gerçekleştiği yaş grubu olduğu belirlenmiştir (Minniti ve Arenius, 2003: 5). Aynı araştırma bulgularında, erkeklerin yeni bir işe başlama oranı %13.9 iken, kadınlarda bu oran %8.9 olarak belirlenmiştir. Yine erkek girişimcilerin ilk işlerini genellikle imalat ve inşaat sektörlerinde kurmalarına karşın, kadın girişimciler; hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler, sağlık alanlarında ilk işlerini kurdukları belirtilmiştir (Delmar, 2003: 14). Kadınların cinsiyet rolleri esas alınarak, kadına özgü ve erkeğe özgü olarak tanımlanabilecek işler konusunda da ayrımlaşmalar bulunduğu dile getirilmektedir (Yetim, 2008). Buna göre sektöre giriş kolaylığı ve daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle, girişimci kadınların genellikle gıda, hazır giyim, turizm, sigortacılık, sağlık ve temizlik sektörlerinde yoğunlaştıkları söylenebilir (Nayır, 2008: 634; Çelik ve Özdevcioğlu, 2001: 488). Ayrıca bu sektörlerde yürütülen faaliyetlerin, kadına iş ve aile yaşamını dengeleme olanağı sunabildiği de ifade edilebilir (Schindehutte vd., 2003: 95). Buna göre imalat sektöründe kadın girişimci oranının oldukça sınırlı kaldığı ve bu sektörde faaliyet gösteren kadınların genellikle erkek ortaklarla birlikte çalıştıkları belirlenmiştir.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla bu durum, bu tür ülkelerde kadın girişimcilerin rolünün ve etkinliğinin ne oranda olduğunu anlamada sorun oluşturabilmektedir. Yapılan araştırmalarda Türkiye’de kadınların ekonomik faaliyetlere katılımlarının sınırlı olması genellikle; aile içindeki rol, bu role bağlı tercihler ve aile içindeki ataerkil ilişkilerle açıklanmaya çalışılmıştır. Kadınların Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri temelde yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen “kadınların kendi başlarına küçük işyeri kurma girişimlerine” dayanmaktadır. Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye’de kadınları kendi işinde çalışmaya sevk eden temel faktörün eğitim ve tecrübe eksikliği olduğu söylenebilir (Yetim, 2008). Bununla birlikte kadınları girişimci olmaya iten nedenlerin, kadınların daha özgürlükçü ve eşitlikçi değerlere sahip olmaya başladıkları, kendilerine güvendikleri, çeşitlenen mal ve hizmet piyasasında kendilerine daha uygun işler bulabildikleri gibi faktörler olmadığı aksine ülkenin makro ekonomik koşullarının hane halkı geliri üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmanın bir çabası olduğu ifade edilebilir.

Türkiye’de kadın girişimciler ile ilgili literatüre bakıldığında, Çakıcı’nın (2003) Mersin’de 160 girişimci kadın üzerinde yapmış olduğu araştırmada; kadınların iş kurma nedenleri, kazanç elde etmek, bağımsız çalışma ve sosyal yaşam sürme olarak belirlenmiştir. Aynı araştırmada kadınların işlerini daha çok yalnız başlarına kurdukları, işlerini büyük ölçüde sevdikleri için yaptıkları, büyük bir bölümünün her-

hangi bir ticari ve iş deneyimine sahip olmadan işlerini kurdukları, başlangıç sermayelerini ise daha çok aile ve akrabalarından temin ettikleri tespit edilmiştir (Çakıcı, 2003: 87-88).

Çelik ve Özdevecioğlu'nun (2001) Nevşehir'de yaptıkları araştırmada, işletme sahibi olan kadın girişimcilerin, genellikle 26-45 yaş arasında olduğu, eğitim düzeylerinin ağırlıklı olarak lise mezunu, büyük çoğunluğunun evli ve ticaret sektöründe faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte kadın girişimcilerin kendi sermayeleri ile işlerini kurdukları ve ekonomik açıdan ailelerine katkıda bulunmak amacıyla, kadınlık rollerine de sıkı sıkıya bağlı kalmak şartıyla girişimcilik yaptıkları araştırmada elde edilen bir diğer bulgudur. Aynı araştırmada kadın girişimcileri, girişimci olmaya daha çok aileye ek gelir sağlamak, kocanın ölmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir. Aynı araştırmada kadın girişimcilerin genel olarak yaşadıkları sorunlar ise, rol çatışması, güvensizlik, cinsel beklentiler, tecrübe yetersizliği, geleneksel baskı, başarısızlık beklentisi, farklı davranış ve ortak bulmada güçlük çekme olarak sıralanmıştır.

Kalaycıoğlu ve Toprak (2004) tarafından, kadınların siyaset, üst yönetim ve iş yaşamına katılımı konusunda 1557 kadın ve 993 erkekle yapılan bir diğer araştırmada ise; katılımcıların %25'i, kadınların gerek girişimci gerekse üst düzey yönetici olarak iş yaşamında olmalarının önünde bir engel olmadığını, %35'i ise, ev işi ve çocuk bakımı gibi konuların kadınların kariyerinde engel teşkil ettiğini belirtmişlerdir (Örücü vd., 2007: 124). Yetim (2008) ise Türkiye'de kadın girişimcilerin özelliklerini genel olarak; iş kadınlarının yarısından fazlasının ticaret sektöründe girişimci olduğu, genellikle 30-39 yaş diliminde yer aldığı ve yarısına yakınının eğitim düzeyinin sadece lise eğitimi düzeyinde kaldığı ve genellikle kentli oldukları şeklinde sıralamıştır.

3. Kadın Girişimcilerin Kişisel Özellikleri

Yapılan çalışmalarda kadın girişimcileri tanımlayan kişisel karakteristikler; dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve amaç yönelimli olmalarıdır (Zapalska ve Fogel, 1998: 141). Ayrıca girişimcilik faaliyetini sürdüren kadınlar hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme gibi özellikler çerçevesinde de betimlenmektedir (Zhao, 2005: 26). Türkiye'de girişimci kadınları belirleyen temel karakteristikler ise; kendine güven, cesaretli ve sabırlı olmasıdır (Yetim, 2008). Ardak vd. (1994)'nin yaptıkları bir çalışmada ise; kadınların mücadeleci, hırslı, evine iş götüren ve kendileri için erişilmesi zor hedefler belirleyen yapıda oldukları bulgularına ulaşılmıştır (Örücü vd., 2007: 124). Fakat yukarıda sayılan bu özelliklerin kadın girişimcilerin bütününe temsil eden özellikler olmadığı, sektöre, sosyo-kültürel değerlere, iş

yapılan yere göre farklılıklar gösterdiği ifade edilebilir. Dolayısıyla girişimci kadınların özelliklerini bu kapsamda değerlendirmek gerekmektedir.

Bu bağlamda kadın girişimcilerin kişisel özellikleri üç kapsamda ele alınabilir. Bu özelliklerden ilki olan girişimci olmaktan kaynaklanan kişisel özellikler; kendine güven, yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik olarak sıralanabilir. Diğer taraftan sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özellikleri ise; çevresinde saygın biri, çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilen, koruyan-gözetken, işbirliğine yönelik, akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış olarak sıralanabilir. Kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini ortaya koyma çerçevesinde ele alınan diğer özellikler bütünü ise onların cinsiyet rollerinden kaynaklanan özellikler olarak bilinmektedir. Bunlar ise, iyi iletişim kuran, problemleri kolaylıkla çözebilen, hoşgörülü, özverili ve duygusal olarak sıralanabilir (Yetim, 2008). Aynı zamanda bu özellikler araştırmada, kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini belirleme kapsamında değerlendirmeye alınan faktörler olarak dikkate alınmıştır.

4. Kadın Girişimcilerin Sorunları

Kadınların ekonomik hayatta girişimcilik faaliyetleri kapsamında sahip oldukları işletmelerin özellikle, problemlerin algılanmasında, liderlik özelliklerinde, işletmenin performansında, finansal yapıda ve örgüt kültüründe farklılıkların olduğu yapılan araştırma sonuçlarında bulgulanmıştır (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 488). Diğer taraftan Watkins ve Watkins'in (1984) yapmış oldukları araştırmada, erkeklerin girişimcilik ile ilgili altyapılarının ve geçmiş deneyimlerinin kadınlardan daha fazla olduğu, kadın girişimcilerin genellikle işletmelerin kuruluşunda hazırlıklı olmadıkları ve bu nedenlerle de erkeklere nazaran daha fazla risk üstlenmek zorunda kaldıkları sonucuna varmışlardır (Kutaniş, 2003: 60). Yani kadın girişimcilerin farklı güdülere, iş hünere düzeyine ve mesleki geçmişe sahip oldukları belirtilebilir (Çelebi, 1997: 19). Minniti ve Arenius'un (2003) 37 ülkede yapmış oldukları kadın girişimciliği araştırmasında, kadınların girişimciliğini etkileyen faktörler sırasıyla; demografik çevre ve aile yapısı, okur-yazarlık ve eğitim, sosyo-ekonomik çevre, işgücü ve istihdam, cinsiyet ve örgütsel biçimler ve sektörel istihdam ve ekonomik gelişme olarak belirlenmiştir.

1980'li yıllardan itibaren birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de, kadın girişimcilerinin karşılaştıkları sorunları konu alan pek çok araştırma ve çalışma yapılmıştır. Bu araştırmaların ortak yanı ise kadınların, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunların yanı sıra bir de kadın olmaktan dolayı erkeklerden farklı olarak birtakım sorunlar yaşadığıdır (Narin vd., 2006: 71).

Bu bağlamda kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar genelde iki kapsamda ele alınabilir. Bunlardan, ***kadın olmaktan kaynaklanan sorunlar***

başlığı altında olan sorunlar, şu şekilde sıralanabilir: Kadının yerinin evi olduğunu ve erkeğin izni olmaksızın kadının herhangi bir girişimde bulunamayacağını dikkate alan ve ataerkil toplumlarda var olan *toplumun geleneksel inanç ve baskısı* (Güldal, 2006: 70; Cam, 2003); kadınların iş yaşamlarında, hangi meslek ya da pozisyonun kadın işi, hangilerinin erkek işi olduğunu belirlemede etken olan *cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı* (Örücü vd., 2007: 120; Narin vd., 2006: 71; Gökakın, 2000: 114); *cinsel ve duygusal taciz* (Kocacık ve Gökkaya, 2005: 212; Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 494); kadının sırf cinsiyetinden dolayı örgütte yükselememesi ve hak ettiği yere gelememesini sağlayan *cam tavan engeli* (Anafarta vd., 2008: 114; Narin vd., 2006: 71-72); kadınların genelde erkeklerden daha *düşük bir sosyal pozisyonda* olması (Aldrich ve Zimmer, 1986); *yasalardan kaynaklanan engeller* (Ecevit, 2007); iş yaşamında kadınlara yönelik *güvensizlik, tecrübe eksikliği ve başarısızlık beklentisi* (Toksöz, 2007: 58; Davidsson, 1995); kadın girişimcilerin, özel hayatlarıyla çalışma yaşamları arasındaki rol ikileminin ortaya çıkardığı sorun olan *“rol çatışması”* (Narin vd., 2006: 71; Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 6); *eğitim düzeyinin düşük olması* (Kansız ve Acuner, 2008: 14; Yetim, 2008); kadının o kadar farklı ev işlerinden ve çocukların yetiştirilmesinden sorumlu olması, onun iş yaşamında var olan bir işi geliştirmesine veya girişimsel yetenekleri geliştirmesine yeterince zaman ayıramamasında etken olan *zaman darlığı* (OECD, 2004); kadınların, çocuk bakımı ve eğitimi, küçük yaşta evlenme, boşanma konusunda toplumun baskısı ve geleneksel aile kültürü gibi kadın olmaktan dolayı yaşadıkları *sosyal sorunları* (Ayaz, 1993: 180-181); erkeklere göre kadın girişimcilerin kendilerine örnek olarak alabilecekleri *rol modellerinin az olması* (OECD, 2004; Davidsson, 1995; Delmar, 2000) ve girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak kadınların *gerekli ve yeterli sermayeye sahip olmamaları* (OECD, 2004: 45; de Groot, 2001) sayılabilir.

Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları bir diğer sorun ise, *iş ve çevresel şartlardan kaynaklanan sorunlar* başlığı altında toplanabilir. Bunlar ise: Kadın girişimciliği konusunda dünya genelinde, *bütüncül bakışın sağlanamaması ve örgütlenememe; kurumsal çeşitlilik ve koordinasyon zorlukları ve politika geliştirme ve uygulama ile ilgili engeller* (Ecevit, 2007) olarak sıralanabilir.

5. Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma

5.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, ekonomik hayatta önemli işlevlere sahip olacağı düşünülen girişimci kadınların genel profillerini tespit etmek, girişimcilik faaliyetlerini engelleyen faktörlerin neler olduğunu ortaya koymak ve örgütsel ve çevresel fir-

satları değerlendirme düzeylerini belirleyip gelecek yönelimli kadın girişimciliği konusunda açılımlarda bulunmaktadır.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Varsayımları

Araştırmada Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı toplam 695 ve Kahramanmaraş Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı toplam 554 kadın üye olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada; ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadınlar "girişimci" olarak değerlendirilmiştir. Bu kriterlerin dışında olan; evinin içinde iş yapan kadınlar, kendi mesleğini icra eden (avukat, mimar vb.) serbest meslek sahibi kadınlar ve işi erkek yaptığı halde resmi kayıtlarda işyeri sahibi gözükken kadınlar girişimci olarak değerlendirilmeyip, araştırmada kapsam dışı bırakılmıştır. İş erkek yaptığı halde resmi kayıtlarda kadınların sahibi olduğu işyerleri, yüz yüze görüşme yöntemi ile yapılan araştırmada belirlenmiş ve kapsam dışı bırakılmıştır. Bu anlamda yukarıda ifade edilen kriterler dikkate alındığında toplam 76 kadın girişimci ile yüz yüze anket yöntemi-ne göre araştırma yapılmıştır. Yapılan anketlerin 16'sının çeşitli nedenlerden dolayı değerlendirilemez nitelikte olduğu anlaşıldığından sonuç olarak değerlendirilebilir nitelikte 60 anket formu dikkate alınmıştır.

Araştırmaya kaynaklık eden kadın girişimcilerin, anket sorularını doğru olarak algıladıkları ve doğru yanıtlar verdikleri varsayılmıştır.

5.3. Araştırmada Kullanılan Anket ve Yöntem

Araştırmada, literatürde bu konuyla ilgili araştırma yapan akademisyenlerin (Yetim, 2008; Nayır, 2008; Çakıcı, 2003; Çelik ve Özdevecioğlu, 2001; Ayaz, 1993) çalışmalarında esas alınan ve geliştirilen anket temel alınmıştır. Anket sorularının güvenilirliği daha önceki araştırmalarda olumlu olarak değerlendirildiğinden, bu araştırma için bir veri olarak dikkate alınmıştır. Anket üç bölümden ve toplam 29 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde; kadın girişimcilerin demografik ve kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde işyeri ile ilgili sorular ve üçüncü bölümde ise girişimciliğe geçişleri, karşılaştıkları sorunlar ve önerileri ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Anket formunda yer alan bazı çok seçenekli sorularda, deneklerden en önemli 3 seçeneği, önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Bu tür sorulardan elde edilen yanıtların önem derecesi, 1'den 3'e doğru göreceli olarak azalmaktadır. Bu nedenle, önem derecelerine göre sıralanan seçenekler ağırlandırılarak (bir seçeneğin ağırlıklı ortalaması: 1. derece frekansı x 3 + 2. derece frekansı x 2 + 3. derece frekansı x 1), her seçeneğin toplam ağırlık içerisindeki oranı belirlenmiştir. Sonra, her seçeneğin toplam ağırlığına göre de, seçeneklerin önem

sıraları tespit edilmiştir. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde SPSS paket programı kullanılmıştır.

5.4. Araştırma Bulguları ve Yorumlar

Anket yöntemi ile elde edilen bulgular kategorik olarak sınıflandırılmış ve aşağıdaki veriler elde edilmiştir.

5.4.1. Kadın Girişimcilerin Demografik ve Kişisel Özellikleri

Araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin demografik özelliklerinden yaş ile ilgili bulgulara bakıldığında, %45 gibi büyük çoğunluğunun 25 yaş ve altı grubunda olduğu belirlenmiştir. Bunu %25 ile 26-35 yaş grubu ve %18,3 ile 36-45 yaş grubu izlemektedir. Dolayısıyla 26-45 yaş aralığında olan kadın girişimcilerin oranı ise toplamda %43.3 olarak gerçekleşmiştir. En az yaş grubunu oluşturan kesim ise %11.7 ile 46-55 yaş arası grubu olmuştur. Bu verilere göre Kahramanmaraş'ta girişimcilik yapan kadınların önemli bir çoğunluğunun genç ve orta yaş grubunda olduğu söylenebilir. Bu sonuç, Çelik ve Özdevecioğlu'nun (2001) Nevşehir'de yaptıkları araştırmayı (işletme sahibi olan kadın girişimcilerin, genellikle 26-45 yaş arasında) ve Birleşmiş Milletler Global Girişimciliği İzleme Programı kapsamında 2003 yılında yapılan araştırmayı (erkek ve kadınların her ikisi için girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-34 yaş olduğu, bunu 35-44 yaş grubu izlediği) desteklemektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eğitim durumları incelendiğinde, %36,7'sinin ilkökul mezunu olduğu, %25'inin lise, %23,3'ünün ortaokul ve %6,7'sinin okuryazar ve yine %6,7'sinin fakülte mezunu oldukları saptanmıştır. Önlisans mezunu olan kadın girişimcilerin oranı ise oldukça düşük olup sadece %1,6 olarak bulgulanmıştır. Buna göre Kahramanmaraş'ta girişimcilik faaliyetinde bulunan kadın girişimcilerin önemli bir oranının (yaklaşık %85) ilk ve ortaöğretim gibi bir eğitim seviyesine sahip oldukları söylenebilir. Bu konuyla ilgili olarak Minniti ve Arenius (2003), özellikle geleneksel yaşam biçimini benimseyen ailelerin, mali güçlerini kızlarının değil oğullarının eğitimine yönlendirmek istediklerini belirtmektedirler (Minniti ve Arenius, 2003: 14). Yine Türkiye'de kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalarda, üniversite veya benzer yüksekokul mezunu kadın girişimcilerin oranı %15 olarak belirlenmiştir (Yetim, 2008). Araştırma verilerine göre Kahramanmaraş'ta girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların eğitim seviyesinin, Türkiye ortalamasına göre düşük olduğu ifade edilebilir. Kağıtçıbaşı (1981) ise Türkiye'de, eğitimin, başarının ve iş sahibi olmanın erkek çocuktan beklendiğini vurgulamaktadır (Gökakın, 2000: 111).

İşletme sahibi kadınların %50'sinin evli, %45'inin bekâr ve %5'inin ise boşanmış ya da dul olduğu belirlenmiştir. Bu verilere göre evli ve bekâr olan kadınların önemli bir çoğunluğunun girişimcilik faaliyeti içerisinde oldukları belirtilebilir.

Araştırmada girişimci kadınlara; annenin çalışıp çalışmadığı, babanın mesleği ve eşinin mesleği ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Alınan yanıtlara göre, ankete katılan bayanların annelerinin %78,3 gibi büyük bir oranının çalışmadığı ve %21,7'sinin ise annesinin çalıştığı tespit edilmiştir. Bu verilere göre girişimci kadınların annelerinin, onların girişimci olmalarında önemli bir etkiye sahip olmadıkları söylenebilir. Diğer taraftan katılımcı kadın girişimcilerin %25'inin baba mesleğinin serbest meslek, %20'sinin esnaf, girişimci, %21,6'sının işçi, %16,6'sının memur, %11,7'sinin çiftçi ve %1,7'sinin ise eşit oranlarda sanatçı, profesyonel yönetici ve diğer mesleklerden oluştuğu belirlenmiştir. Bu oranlar değerlendirildiğinde, girişimci kadınların babalarının yaklaşık %45 gibi bir çoğunluğunun, serbest meslek, esnaf ve girişimcilik gibi daha çok bireysel çabayı ve riski üstlenmeyi gerektiren mesleklerde yoğunlaşmaları onların girişimsel eğilimler göstermesinde etkili olmuştur denilebilir. Girişimci kadınların eşlerinin meslekleri ile ilgili sonuçlara bakıldığında ise %28,3'ünün eşinin esnaf ve girişimcilik faaliyetinde bulunduğu bunu %23,3 ile işçi, %20 ile memur; %18,4 ile serbest meslek ve %5'er ile de işsiz ve diğerleri takip etmektedir. Yine girişimci kadınların eşlerinin de yaklaşık %47 gibi önemli bir oranının esnaf, girişimcilik ve serbest meslek sahibi olması, onların girişimcilik eğilimlerinin artmasında önemli bir etken olarak değerlendirilebilir.

Kadın girişimcilerin yetiştirilme ortamları ile ilgili bulgulara bakıldığında; %45'lik bir kısmı geleneksel değerlere göre (muhafazakâr, dışa kapalı) yetiştirildiğini belirtirken, %33,3'ü koruyucu, kollayıcı (anne-babanın otoritesinin hâkim olduğu) olarak ve %21,7'si ise katılımcı (demokratik) olarak yetiştirildiğini belirtmektedir. Bu bulgular, Türk toplumunun sosyo-kültürel yapısı ile ilgili bilgilerle de örtüşmektedir. Çünkü Türk toplumunun aile yapısı, çoğunlukla geleneksel olup, çocuğuna sürekli müdahale eden, koruyan ve kollayan bir özelliğe sahiptir. Araştırmada %21,7'lik bir grubun katılımcı bir ailede yetiştiklerini ifade etmesi, bir anlamda Türk aile yapısının şehirleşme, eğitim seviyesinin yükselmesi, gelir yapısında değişmelerin olması vb. gibi faktörlerin de etkisiyle daha paylaşımcı, katılımcı, yenilikçi ve esnek bir yapıya doğru kaydığını göstermesi açısından önemli bir bulgudur. Bu bulgu bireylerin girişimcilik faaliyetlerine yönelme eğilimlerini güçlendiren önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Kahramanmaraş'ta faaliyette bulunan kadın girişimcilerin kendi kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara verdikleri yanıtlar incelendiğinde ise kadın girişimciler, "iyi iletişim kuran" cinsiyet rolünü en önemli girişimcilik özelliği (%45) olarak belirtmişlerdir. Özellikle erkeklere göre kadın girişimcilerin doğaları gereği olaylara karşı daha duyarlı, daha sakin, daha yoğun insan ilişkilerine sahip olmaları, örgütsel ve çevresel kaynakları daha etkin kullanma gibi sonuçlar doğurabilmektedir. Dolayısıyla kadın girişimcilerin sosyal sermayeyi harekete geçirme konusunda oldukça yetenekli oldukları ifade edilebilir. Cinsiyet rollerinden kaynaklanan "problemleri kolaylıkla çözebilme" de kadın girişimciler açısından önemli görülen bir

diğer girişimcilik özelliği (%23) olarak bulgulanmıştır. Kadın girişimcilerin, girişimci olmaktan kaynaklanan kişisel özelliklerden “yenilikçi”liği (%31) kendileri açısından önemli gördükleri belirlenmiştir. Son yıllarda yapılan çalışmalarda, kadınların iş yaşamında, karşı cinse göre, daha başarılı oldukları söylenebilir. Bunun nedeni ise (Narin vd., 2006: 67); önceden erkeklere özgü olduğuna inanılan işlerde başarılı olmaları, erkeklerle aralarındaki girişimcilik konusundaki bilgi ve deneyim farkının giderek azalması, çok daha iyi örgütlenir hale gelmeleri ve bütün bunları yenilikçi bakış açısıyla ortaya koyabilmeleridir. Bunun yanında “kendine güven” (%24), “risk alma” (%23) ve “yaratıcılık” (%22) girişimci kadınların önem verdikleri bir diğer girişimci olmaktan kaynaklanan kişisel özellikler olarak bulgulanmıştır. Araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özelliklerini kendileri açısından çok da önemli görmedikleri ifade edilebilir.

Buna göre kadın girişimciler, genel kabul gören girişimcilik özelliklerine daha fazla vurgu yaparken, cinsiyet rollerinden kaynaklanan hoşgörülü, duygusal ve özverili özellikleri girişimcilikle daha az ilişkilendirmişlerdir. Kadın girişimcilerin sosyo-kültürel değerlerle ilgili en fazla önemsedikleri özellikler ise “akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış” (%34) ve “işbirliğine yönelik olma” (%26) olarak belirlenmiştir. Buna göre kadın girişimcilerin girişimcilikle en az ilişkilendirdikleri özellikler grubu, sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özellikleri olmuştur. Bunun nedeni ise; erkek egemen kapalı toplumda kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunabileceğine yönelik bir kültürün olmaması, eğitim sisteminde erkeğe öncelik verilmesi, kadının yerinin ev olduğuna yönelik yaygın inanışın devam etmesi gibi toplumun ve bölgenin yerel değerlerinden kaynaklanan faktörler olarak sayılabilir.

5.4.2. Kadın Girişimcilerin İşyerleri İle İlgili Bilgiler

Araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin işletmelerinin kuruluş tarihleri ile ilgili verilere bakıldığında, %63,3’ü gibi önemli bir kısmının 2000 yılı ve sonrasında kurulduğu görülmektedir. Diğer taraftan işletmelerin %25’inin 1990-1999 yılları arasında ve %11,7’sinin ise 1980-1989 yılları arasında kuruldukları belirlenmiştir. Bu verilere göre kadın girişimcilerin 1980 ve özellikle 1990 yıllarından sonra iş yaşamına daha önemli oranda katıldığı söylenebilir. 1980’li yıllar gerek batılı ülkelerin birçoğunda, gerekse ülkemizde liberal ekonominin ve girişimcilik kültürünün benimsendiği yıllar olarak anılması (Gökakın, 2000: 109), bu sonuçları destekler niteliktedir.

Araştırmada kadın girişimcilerin sahibi oldukları işletmelerin hukuki türleri ile ilgili bulgulara bakıldığında, %56,7’si gibi büyük bir kısmının tek kişi işletmesi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca %18,3’ünün adi ortaklık, %15’inin diğer hukuki özelliklere sahip işletme türü, %8,3’ünün limited şirket ve %1,7’sinin ise anonim şirket olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre kadın girişimcilerin işletmelerinin sermaye şir-

ketlerinden çok şahıs işletmesi niteliğinde olduğu ve özellikle mikro ve küçük işletme büyüklüğünde kuruldukları söylenebilir.

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri işkolları ile ilgili bulgulara bakıldığında, kadın girişimcilerin en çok faaliyette bulunduğu işkolu %60 ile ticaret sektörü olurken bunu %26,7 ile hizmet sektörü, %8,3 ile imalat ve %5 ile de diğer sektörler izlemektedir. Bu bulgulara göre kadınların, erkek egemen sektörlerden çok az sermaye gerektiren “kadınsı” alanlarda faaliyette buldukları söylenebilir. Gökakın’da (2000) özellikle kadınların sanayi sektöründeki varlıklarının erkeklere kıyasla çok düşük olduğunu ve emek yoğun hafif sanayi dallarında göreceli olarak dar bir alanda faaliyet gösterdiklerini ifade etmektedir (Gökakın, 2000: 114).

Yukarıda ortaya çıkan sonuçlar için daha ayrıntılı bir araştırma yapma gereği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda özellikle ticaret ve hizmet sektörlerinde kadın girişimcilerin ilgilendiği faaliyet alanlarını ortaya çıkartmaya yönelik bulgulara bakıldığında Kahramanmaraş’taki kadın girişimcilerin, ticaret sektöründe en yoğun olarak ilgilendikleri faaliyet alanı %33,3 ile konfeksiyon, butik, tuhafiye işi gelmektedir. Bu faaliyet alanını %13,9’ar oranlarla çeyizlik eşya ticareti ve parfümeri, %11,1 ile hediyelik eşya, takı, antika, %8,3’er oranlarla bayan terziliği ve çiçekçilik, %5,6 ile bakkal, büfe, market ve kuruyemiş işletmeciliği ve %2,8’er oranlarla da kırtasiye ve diğer ticaret işleri izlemektedir. Genellikle seçilen faaliyet alanlarına bakıldığında müşterilerinin çoğunlukla bayan olan faaliyet alanlarının tercih edildiği söylenebilir. Bu durum kadınların iş hayatında yaşadığı cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı engelini de önemli oranda gerçeklemektedir. Çünkü kadının toplumdaki cinsiyet rolünden dolayı onun ev hayatı ve iş hayatı arasında denge kurmak zorunda olması, onun daha çok kadınların çalıştığı mesleklere yönelmesine yol açmıştır (Narin vd., 2006: 71). Nitekim Çakıcı’nın (2003) yapmış olduğu araştırmada da kadınların en fazla faaliyet içinde oldukları ticari alanlar; butik, tuhafiye, çiçekçilik, parfümeri ve hediyelik eşya olarak bulgulanmıştır. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ise en fazla kuaför ve güzellik salonu (%43,7) ve lokanta, pasta ve yiyecek işletmeleri (%25) gibi hizmet sektörlerinde faaliyetlerini sürdürdükleri belirlenmiştir. Bu faaliyet alanlarını %12,4 ile çocuk yuvası işletmeciliği, %6,3’er oranlarla da basın, radyo, TV, reklam, tanıtım ve diğer hizmet sektörleri izlemektedir. Bulgular değerlendirildiğinde, kadın girişimcilerin daha çok kendi yetenek ve bilgilerine uygun ve müşterisi daha çok bayan olan faaliyet alanlarında yoğunlaştıkları söylenebilir.

Kadın girişimcilerin işletmelerinin mülkiyet durumları ile ilgili bulgulara bakıldığında ise %76,6’sının kira olduğu ve %24,4’ünün ise kendilerine ait mülkler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç ise kadın girişimcilerin istenilen sermaye gücüne henüz ulaşamadıklarını göstermesi açısından önemlidir.

Kadın girişimcilere, “işletmenizde işçi istihdam ediyor musunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soru için alınan yanıtlara bakıldığında, kadın girişimcilerin %62’sinin işletmelerinde işçi istihdam ettikleri, %38’inin ise işçi istihdam etmedikleri belirlenmiştir. Bu sonuç için ayrıntılı bir analiz yapabilmek için işçi istihdam edenlerin işçi sayısına göre dağılımı öğrenilmek istenilmiştir. Buna göre istihdam edilen işçilerin işçi sayısına göre dağılımında %45’lik bir oranla ilk sırayı 1 işçi çalıştıran işletmeler, ikinci sırayı %36,7 ile 2-5 arasında işçi çalıştıran işletmeler, üçüncü sırayı %13,3 ile 6-10 arasında işçi çalıştıran işletmeler ve son sırayı ise %5 ile 41-50 işçi çalıştıran işletmeler almaktadır. Bu bulgulara göre istihdam edilen işçi sayısına göre işletme büyüklüğü kapsamında bir değerlendirme yapmak gerekirse, kadın girişimcilerin sahip oldukları işletmelerinin önemli bir oranının mikro ölçekli işletmelerden oluştuğu söylenebilir.

İşletme kuran kadın girişimcilerin finans kaynakları ile ilgili bulgular incelendiğinde, kadın girişimcilerin %31,7’sinin işletmesini öz sermaye ile %26,7’sinin ise eş-dosttan borçlanarak, %20’sinin ticari borçlanma veya iş tazminatı yolu ile %10’unun tasarrufları ile %8,3’ünün ortaklık şeklinde ve %3,3’ünün ise emekli ikramiyesini kullanarak işletmesinin finansmanını sağladıkları tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre kadın girişimcilerin daha çok kendi çabaları ve eş-dosttan borçlanarak işletmelerini kurmuşlardır. Diğer taraftan banka kredisi kullanarak işletmesini kuran kadın girişimci oranı ise dikkat çekicidir. Bunun nedeni ise son zamanlarda bankaların daha cazip kredi imkânları sunmaları ve iş yapacak kadınların da bu krediyi ya eşinin ya da ortağının teşvikiyle alması olarak açıklanabilir.

Araştırmada kadın girişimcilere, “işletmeyi tek başınıza mı yoksa bir ortakla mı kurdunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Kadın girişimcilerin %38’ü işletmeyi tek başına kurduğunu belirtmiştir. Fakat katılımcılar her ne kadar tek başlarına işletmeyi kurduklarını beyan etseler de anket sonrası gayri resmi sohbet esnasında çevrelerinden (eş, dost, akraba vb.) önemli oranda maddi ve manevi destek gördüklerini itiraf etmişlerdir. İşletmeyi bir ortakla kurduğunu belirten kadın girişimcilerin ortak oldukları kişi veya kişilerin ise şu şekilde bir dağılım gösterdiği bulunmuştur; %28,3’ünün aile üyeleri, %25’inin eşi ve %8,7’sinin ise aile dışı kişilerle ortaklık kurduğu şeklinde olmuştur. Buna göre kadın girişimcilerin aile dışı ortaklardan çok aile ve eş desteği ile işletmelerini kurdukları ifade edilebilir. Bunun temel nedeni olarak ise, ailenin yakınlığı, ailenin her koşulda kendisine destek olacağı yönündeki inancı, aile dışı kişilere karşı güvensizlik hissinin olması, tecrübesizliğin aileye pahalıya mal olmaması için girişimcilik yapacak kadının aile tarafından kontrol altında tutulmak istenmesi olarak sıralanabilir.

5.4.3. Kadın Girişimcilerin Girişimciliğe Geçiş Biçimleri, Yaşadıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Önerileri

Bu kısımda kadın girişimcilerin girişimciliğe geçiş biçimleri, girişimcilik faaliyetlerinde yaşadıkları sorunlar ve girişimci olacak kadınlara önerileri ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. Bu kapsamda aşağıda araştırmaya katılan kadın girişimcilere, “girişim kararını almalarında etkili olan faktörler?” ile ilgili soru yöneltilmiştir. Alınan yanıtlar incelendiğinde aşağıda tablo 1’de de görüleceği üzere, kadın girişimcilerin girişim kararını almalarında %45,6’lık oranla ekonomik özgürlüğe kavuşmak birinci derecede önemli görülmüştür. Bu faktörü ikinci derecede önemli görülen ve %37,7 oranla hane halkı gelirin katkı sağlama izlemekte, üçüncü derecede önemli görülen faktör, başkalarının emri altında çalışmayı istemiyor olmak ve en az önemli görülen faktör ise aldığım eğitim doğrultusunda girişimci olmak olmuştur. Bu bulgular da göstermektedir ki kadınlar artık ekonomik ve sosyal yönden daha özgür olmayı istemekte ve kendileri ile ilgili kararlarda yer almak ve daha güçlü bir şekilde kendilerini temsil etmek istemektedirler.

Tablo 1. Girişim Kararını Almada Etkili Olan Faktörler (n: 60)

Girişim kararını almada Etkili Olan Faktörler	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Ekonomik özgürlük	32	12	8	128	45,6	1
Hanehalkı gelirin katkı sağlama	21	16	11	106	37,7	2
Başkalarının emri altında çalışmayı istemiyor olmak	4	7	-	26	9,3	3
Aldığım eğitim doğrultusunda girişimci olmak	3	5	2	21	7,4	4
Toplam	60	40	21	281	100	

Not: Ağırlıklı Puan: 1.derece frekansı x 3 + 2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1
Ağırlıklı Oran: (Ağırlıklı puan/Ağırlıklı puanlar toplamı) x 100

Kadın girişimcilere, “kendi işletmelerini açmalarında etkili olan faktörler neydi?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Alınan yanıtların önem sıraları incelendiğinde, Tablo 2’de de görüleceği üzere, kadın girişimciler yaptıkları işin kadınlara uygun olması seçeneğini birinci derecede önemli görmüşlerdir. Diğer taraftan ikinci derecede önemli gördükleri seçenek, bildiğim iş olması olurken, üçüncü derecede önemli gördükleri seçenek eşin önerisi ya da işletmenin devir alınması ve dördüncü ve en az tercih edilen önemde olan seçenek ise aldığım eğitime uygun olması olarak belirlenmiştir.

Araştırmada kadın girişimcilerin iş kurma fikrini nasıl edindikleri ile ilgili bilgilere bakıldığında ise kadın girişimcilerin %35'i iş teklifinin gelmesini, %18,3'ü işinin hazır olmasını, %15'i seçeneksizliği, %13,4'ü böyle bir işin en büyük hayali olmasını, %10'u arkadaş çevresini, %5'i eşinden etkilenmesini ve %3,3'ü ise çocuklarının vesile olmasını iş kurmada bir neden olarak göstermiştir. Bu duruma göre kadın girişimcilerin iş kurma işine bizzat kendileri kendi çabalarıyla başlamamışlardır. Bunun nedeni ise her ne kadar hayallerinde bir iş yapma fikri olsa da özellikle bilgi, sermaye ve donanım yönünden salt kendilerinin tek başlarına böyle bir işin üstesinden gelemeyecekleri yönündeki kuvvetli inançları olarak açıklanabilir.

Tablo 2. İşletmeyi Açmada Etkili Olan Faktörler (n: 60)

İşletmeyi Açmada Etkili Olan Faktörler	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Kadınlara uygun olması	42	6	3	141	57,1	1
Bildiğim iş olması	13	9	6	63	25,5	2
Aldığım eğitime uygun olması	2	-	9	15	6,1	4
Diğer (eşin önerisi, devir alma)	3	8	3	28	11,3	3
Toplam	60	23	21	247	100,00	

Not: Ağırlıklı Puan: 1.derece frekansı x 3 + 2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1
Ağırlıklı Oran: (Ağırlıklı puan/Ağırlıklı puanlar toplamı) x 100

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere, "işletmeyi kurarken bilgi sahibi miydiniz?" şeklinde çalıştıkları işe nasıl başladıklarını tespit etmek için bir soru yöneltilmiştir. Bu soru için katılımcıların %41,7'si (25) bu işle ilgili bir deneyimim yoktu, %30'u (18) daha önce çalıştığım işyerinden deneyimim vardı, %16,7'si (10) zaten ailemin yaptığı bir işti, %8,3'ü (5) yaptığım işin eğitimini almıştım ve %3,3'ü ise kurs ve seminerlere katılarak bu işi öğrendim yanıtlarını vermişlerdir. Buna göre kadın girişimcilerin önemli bir oranının yaptıkları iş konusunda çok da profesyonel olmadıkları söylenebilir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere, girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunları öğrenmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Aşağıda Tablo 3'de de görüldüğü üzere, kadın girişimcilerin işletmeyi kurarken karşılaştığı en büyük sorun, %37.6 ile birinci sırada toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları yer almıştır. Bu bulgu, daha önceki araştırmaları da (Güldal, 2006, 70; Cam, 2003) destekler niteliktedir. %18,3 ile bilgi eksikliği de kadın girişimcilerin işletmeyi kurarken yaşadıkları ikinci derecede önemli sorun olarak görülmüştür. Finansal düzensizlik sorunu da %15,2 ile kadın girişimciler tarafından üçüncü derecede önemli sorun olarak gö-

rülmüştür. Diğer taraftan %8,4 ile pazar koşullarındaki düzensizlik, %7.6 ile bürokratik ve yasal engeller ve %5,3 ile değişen teknoloji kadın girişimciler tarafından bundan öncekiler kadar olmasa da işletmeyi kurarken yaşanan sorunlar olarak bildirilmiştir. Pazar koşullarındaki değer yargıları (%4,2), kalifiye eleman bulma (%2,3) ve rakiplerin engellemesi (%1,1) gibi sorunlar ise kadın girişimciler tarafından yaşanan en az sorunlar olarak ifade edilmiştir.

Tablo 3. İşletmeyi Kurarken Karşılaşılan Sorunlar

İşletmeyi Kurarken Yaşanılan Sorunlar	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Toplumun kadınlar hakkındaki değeri	20	15	9	99	37,6	1
Pazar koşullarındaki düzensizlik	6	2	-	22	8,4	4
Pazar koşullarının değer yargıları	3	-	2	11	4,2	7
Finansal düzensizlik	10	4	2	40	15,2	3
Kalifiye eleman bulma	-	3	-	6	2,3	8
Bilgi eksikliği	12	6	4	48	18,3	2
Değişen teknoloji	4	1	-	14	5,3	6
Rakiplerin engellemesi	-	-	3	3	1,1	9
Bürokratik ve yasal engeller	5	2	1	20	7,6	5
Toplam	60	33	21	263	100	

Not: Ağırlıklı Puan: 1.derece frekansı x 3 + 2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1
Ağırlıklı Oran: (Ağırlıklı puan/Ağırlıklı puanlar toplamı) x 100

Ankete katılan kadın girişimcilerin, işletmeyi kurduktan sonra karşılaştıkları sorunlarla ilgili bulgular aşağıda Tablo 4’de sunulmuştur. Bu bulgulara göre, birinci derecede önemli olarak karşılaşılan sorun %20,3 ile rol çatışması, ikinci derecede önemli olarak görülen sorun %18,3 ile güvensizlik, üçüncü derecede önemli olarak görülen sorun %17,3 ile başarısızlık beklentisi, dördüncü derecede önemli görülen sorun %15,3 ile toplumun geleneksel baskısı ve beşinci derecede görülen sorun ise %12,6 ile ticari tecrübe eksikliği olarak belirlenmiştir. Bu bulgular literatürdeki araştırma sonuçları olan; rol çatışması (Narin vd., 2006: 71; Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 6), güvensizlik, tecrübe eksikliği ve başarısızlık beklentisi (Toksöz, 2007: 58; Davidsson, 1995), toplumun geleneksel baskısı (Güldal, 2006: 70; Cam, 2003) gibi sonuçlarla da çelişmemekte aksine bu sonuçları desteklemektedir. Diğer taraftan kadın girişimciler tarafından en az karşılaşılan sorunlar ise sırasıyla; %7,9 ile ortak bulmada güçlükle karşılaşma, %5,6 ile cinsel beklentiler ve %2,7 ile farklı davranma isteği olmuştur.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere iş hayatına girdikten sonra, aile ve sosyal yaşamlarında ve kişilik yapılarında herhangi bir değişiklik olup olmadığı ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Aile ve sosyal yaşamda değişiklikler başlığı altında, kadın girişimcilerin %18,3'ü aile, arkadaş ve çevrelerine daha faydalı olduklarını belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin %16,6'sı ise aile yaşantısında herhangi bir değişiklik olmadığını belirtirken, %15'i sosyal ve kültürel yaşamında azalma olduğunu ifade etmişlerdir. %11,7'lik oranlarda ise kadın girişimciler aile içi rollerinde aksamalar olduğunu, daha yoğun ve yorgun olduklarını ve çevrelerinin genişlediğini, %10'u ise ev işlerine yetişemediklerini belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin yalnızca %5'i ise sosyal ve kültürel yaşamlarında artış olduğunu dile getirmişlerdir. Bu bulgulara göre kadın girişimciler iş hayatına girmekle her ne kadar ev işlerini aksatsalar ve daha yorgun ve yoğun olsalar da, sosyal yönden iş hayatının genelde olumlu yönlerinden önemli avantajlar elde ettikleri ifade edilebilir. İş hayatının kadın girişimcilerde "kişilik yapılarında" herhangi bir değişiklik oluşturup oluşturmadığı ile ilgili bulgulara bakıldığında ise, kadın girişimcilerin %38,3'ü gibi önemli bir kesimi iş hayatının kendilerine özgüven kazandırdığını ve kişiliklerinin gelişmesine katkıda bulunduğunu ve %23,4'ü ise iş hayatında bulunmaktan memnun olduklarını belirtmişlerdir. Diğer taraftan kadın girişimcilerin %18,3'ü çok yıprandıklarını, %15'i fiziksel görünümünün pozitif yönde değiştiğini ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yalnızca %5'i ise iş hayatının kendilerini mutsuz ettiğini dile getirmişlerdir. Bu sonuçlara göre iş hayatının genelde kadın girişimciler üzerinde kişisel anlamda olumlu ve yapıcı bir etki bıraktığı söylenebilir.

Tablo 4. İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaşılan Sorunlar

İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaşılan Sorunlar	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Rol çatışması	13	8	6	61	20,3	1
Güvensizlik	9	12	4	55	18,3	2
Cinsel beklentiler	3	4	-	17	5,6	7
Ticari tecrübe eksikliği	8	5	4	38	12,6	5
Toplumun geleneksel baskısı	10	6	4	46	15,3	4
Başarısızlık beklentisi	11	7	5	52	17,3	3
Mutlaka farklı davranma isteği	2	1	-	8	2,7	8
Ortak bulmada güçlük	4	5	2	24	7,9	6
Toplam	60	48	25	301	100	

Not: Ağırlıklı Puan: 1.derece frekansı x 3 + 2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1
Ağırlıklı Oran: (Ağırlıklı puan/Ağırlıklı puanlar toplamı) x 100

Araştırmada, araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin iş kuracak kadın girişimcilere önerileri ile ilgili bulgulara da yer verilmiştir. Bu bulgular; bildikleri işi yapsınlar, deneyim kazansınlar, yapılabirlik araştırması yapsınlar, sevdikleri işi yapsınlar ve kendilerine güvensinler şeklinde beş genel başlık altında toplanmıştır. Aşağıda Tablo 5’de bu konu ile ilgili bulgular sunulmuştur.

Tablo 5. İş Kuracak Kadın Girişimcilere Öneriler

1. Bildikleri İş Yapsınlar	Frekans (n)	Oran (%)
İdeal oldukları işi yapsınlar	27	45
Eğitimini alsınlar	18	30
Yeteneklerine uygun işi yapsınlar	15	25
Toplam	60	100,0
2. Deneyim Kazansınlar		
Ticaret öğrensinler	39	65
İş piyasasını öğrensinler	13	21,7
Küçük yaşta başlasınlar	8	13,3
Toplam	60	100,0
3. Yapılabirlik Araştırması Yapsınlar		
Piyasayı araştırınlar	31	51,7
Sermayelerini kullansınlar	9	15
Kuruluş yerini seçsinler	20	33,3
Toplam	60	100,0
4. Sevdikleri İş Yapsınlar		
İşlerini çok iyi yapsınlar	5	8,3
Dürüst olsunlar	22	36,7
Kendilerini geliştirsınlar	12	20
Müşteri ile iyi ilişki kursınlar	10	16,7
Profesyonel danışmanlık alsınlar	6	10
Amaç belirlesin, planlı olsunlar	3	5
Başarılı işyerlerini gezsinler	2	3,3
Toplam	60	100,0
5. Kendilerine Güvensinler		
Cesur olsunlar	9	15
Özgüvenleri tam olsun	10	16,7
Hırslı olsunlar	6	10
Girişimci olsunlar	11	18,3
Sabırlı olsunlar	24	40
Toplam	60	100,0

Yukarıda Tablo 5’de de görüleceği üzere, “bildikleri işi yapsınlar” başlığı altında kadın girişimcilerin %45’i ideal oldukları işi yapsınlar, %30’u yapacakları işin eğitimini alsınlar ve %25,5’i ise yeteneklerine uygun iş yapsınlar şeklinde iş yapacak kadın girişimcilere önerilerde bulunmuşlardır. “Deneyim kazansınlar” başlığı altında ise kadın girişimcilerin, %65’i gibi büyük bir kısmı ticareti öğrendikten sonra işe başlasınlar gibi bir öneride bulunurken, %21,7’si iş piyasasını öğrendikten sonra ve %13,3’ü ise iş yaşamına küçük yaşta başlamaları gerektiğini ifade etmişlerdir. Kadın girişimcilerin iş girişimcilik faaliyetinde bulunacak olan kadınlara bir diğer önerisi, yapacakları işin “yapılabilirlik düzeyini” iyi araştırmaları gerektiğini önermektedirler. Bu başlık altında girişimcilerin %51,7’si piyasayı araştırsınlar derken, %33,3’ü kuruluş yerini iyi seçsinler ve %15’i ise sermayelerini kullansınlar şeklinde önerilerde bulunmuşlardır.

İş hayatına atılacak olan kadınlara, kadın girişimcilerin bir diğer önerisi ise, “sevdikleri işi yapmaları” başlığı altında olmuştur. Bu başlık altında, girişimcilerin %36,7’si dürüst olsunlar, %20’si kendilerini geliştirsınlar, %16,7’si müşteri ile iyi ilişki kursunlar, %10’u profesyonel danışmanlık alsınlar, %8,3’ü işlerini çok iyi yapsınlar, %5’i amaç belirlesinler ve %3,3’ü ise başarılı işyerlerini gezsinler şeklinde önerilerde bulunmuşlardır. Kadın girişimcilerin, iş hayatına girecek olan kadınlara son önerileri ise “kendilerine güvensinler” başlığı altında olmuştur. Bu başlık altında, kadın girişimcilerin %40’ı sabırlı olmaları gerektiğini, %18,3’ü girişimci olmaları gerektiğini, %16,7’si özgüvenlerinin tam olması gerektiğini, %15’i cesur olmaları gerektiğini ve %10’u ise hırslı olmaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Son yıllarda kadınların iş hayatında aktif olarak görev almaları, ekonomik ve sosyal yaşamın daha verimli ve etkin hale gelmesini de beraberinde getirmiştir. Erkeklerle göre daha kırılğan ve duygusal bir yapıya sahip olan kadın girişimcilerin, gerek iş yaşamının olağan zorluklarına ve gerekse kadın olmaktan kaynaklanan sorunlara karşı hazırlıklı olmaları gerekmektedir. Yeni iş sahaları oluşturarak ekonomiye dinamizm kazandırma potansiyeline sahip olan kadın girişimcilerin, bu zorluklarla ve sorunlarla daha etkin baş edebilmeleri, onlar hakkında daha ayrıntılı analizler yapma gereğini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, kadın girişimcilerin kişilik yapıları, yaşadıkları sorunlar ve iş kuracak olan kadınlara önerileri yapılan araştırma ile ortaya konularak, iş hayatına atılacak kadınlar için oluşturulacak strateji ve politikalara kaynak oluşturmak ve daha sonraki çalışmalara katkı sağlamak amacı güdülmüştür.

Bu kapsamda yapılan araştırmada, kadınların, girişimci olabilme potansiyellerine ancak orta yaş aralığında sahip olabildikleri bulgulanmıştır. Kadın girişimcilerin önemli bir oranının, ilk ve orta öğretim gibi kendi işlerinde profesyonelleşemeye-

cek kadar düşük eğitim seviyesine sahip oldukları, evli olan kadınların bekâr olan kadınlar kadar iş hayatına girme konusunda oldukça aktif oldukları bulgular arasında sayılabilir. Diğer taraftan girişimci kadınların annelerinin, onların girişimci olmalarında önemli bir etkiye sahip olmadıkları buna karşılık, babalarının ve eşlerinin önemli oranda onlara girişimcilik anlamında “rol modeli” olduğu ifade edilebilir. Özellikle babalarının ve eşlerinin büyük çoğunluğunun, serbest meslek, esnaf ve girişimcilik gibi daha çok bireysel çabayı ve riski üstlenmeyi gerektiren mesleklerde yoğunlaşmaları, onların girişimsel eğilimler göstermesinde etkili olmuştur denilebilir. Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun yetiştikleri aile ortamlarının ise daha çok geleneksel, koruyucu ve kollayıcı olması, onların girişimciliğinin önünde önemli bir engel olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamındaki kadın girişimciler, daha çok genel kabul gören yenilikçilik, riski üstlenmek, yaratıcılık gibi girişimcilik özelliklerine vurgu yaparken, cinsiyet rollerinden ve sosyo-kültürel değerlerden kaynaklanan özelliklerini girişimcilikle en az ilişkilendirmişlerdir. Yani kadınlar, girişimcilik faaliyetini, kadın olmanın kendilerine kazandırdığı bir avantaj olarak yapmaktan çok kişisel anlamda girişimciliğin olmazsa olmaz özellikleri kapsamında yapmayı tercih etmektedirler.

Kadın girişimcilerin iş hayatına daha yoğunluklu olarak, 1980 ve özellikle 1990 yıllarında başlamışlardır. Diğer taraftan kadın girişimcilerin işletmelerinin, sermaye şirketinden çok şahıs işletmesi niteliğinde olduğu ve özellikle mikro ve küçük işletme niteliğinde kuruldukları ifade edilebilir. Araştırma kapsamındaki girişimci kadınların, erkek egemen sektörlerden çok az sermaye gerektiren “kadınsı” alanlarda faaliyette buldukları ve daha çok kendi yetenek ve bilgilerine uygun ve müşterisi daha çok bayan olan faaliyet alanlarında yoğunlaştıkları söylenebilir. Kadın girişimcilerin işletmelerinin mülkiyet durumlarına bakıldığında ise önemli bir oranının kira olması, onların istenilen sermaye gücüne henüz ulaşamadıklarını göstermesi açısından önemli olarak görülebilir. Araştırmada bir diğer ulaşılan sonuç ise kadın girişimcilerin dörtte üçünün işletmelerinde işçi istihdam ettikleri fakat istihdam edilen işçilerin sayısının mikro işletme düzeyinde kaldığı şeklindedir.

Kadın girişimcilerin işletmelerini daha çok kendi çabaları ve eş-dosttan borçlanarak ve aile dışı ortaklardan çok aile ve eş desteği ile kurdukları ortaya konulan bir diğer bulgu olmuştur. Kadın girişimcilerin bir girişim faaliyetinde bulunmalarının en önemli nedenleri olarak ise; artık ekonomik ve sosyal yönden daha özgür olmak, kendileri ile ilgili kararlarda yer almak ve daha güçlü bir şekilde kendilerini temsil etmek olarak sıralanabilir. Bu işi yapmalarının nedenlerini ise kadın girişimciler; yaptıkları işin kadınlara uygun olması ve kendi bildikleri iş olması olarak açıklamışlardır. Diğer taraftan kadın girişimcilerin önemli bir oranının yaptıkları iş konusunda çok da profesyonel olmadıkları söylenebilir.

Kadın girişimcilerin işletmeyi kurarken en fazla karşılaştıkları sorunlar; toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları, bilgi eksikliği ve finansal düzensizlik sorunu olarak tespit edilmiştir. İşletmeyi kurduktan sonra en fazla karşılaştıkları sorunlar ise; rol çatışması, güvensizlik, başarısızlık beklentisi, toplumun geleneksel baskısı ve ticari tecrübe eksikliği olarak ifade edilmiştir. Diğer taraftan kadın girişimciler, iş hayatına girmekle her ne kadar ev işlerini aksatsalar ve daha yorgun ve yoğun olsalar da, sosyal yönden iş hayatının genelde olumlu yönlerinden önemli avantajlar elde ettiklerini ve iş hayatının genelde kendileri üzerinde kişisel anlamda olumlu bir etki bıraktığını belirtmişlerdir.

Araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin iş kuracak kadın girişimcilere önerileri ise sırasıyla; ideal oldukları işi yapsınlar, yapacakları işin eğitimini alsınlar, yeteneklerine uygun iş yapsınlar, ticareti öğrendikten sonra işe başlasınlar, piyasayı araştırınsınlar, dürüst olsunlar, kendilerini geliştirsınler, sabırlı olsunlar, girişimci olsunlar ve özgüvenleri tam olsun olarak sayılabilir.

Bu kapsamda kadın girişimcilerin işletmelerini büyütme ve ekonomiye daha fazla katkı yapma çerçevesinde eğitim seviyelerini arttırmaları ve profesyonel bir donanıma sahip olmaları gerekmektedir. Bunun için bu konuda aktif destek veren çeşitli kurum ve kuruluşlar, yerel çapta bu tür tecrübe eksikliği yaşayan kadın girişimcilere daha yakın olmalı ve teknik desteğin yanında planlama ve organizasyon yapılanmalarında da yardımcı olmalıdırlar. Ayrıca kadınların kendi özgüvenlerini kazanacak ve kişisel gelişimlerini geliştirecek, onları bilinçli girişimcilik faaliyetlerine yönelmelerini sağlayacak kurumsal eğitim hizmetlerini almaları yaygınlaştırılmalı ve girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların birbiriyle iletişim kurmalarını daha etkin hale getirme çerçevesinde bir bilgi ağ sistemi oluşturulmalıdır. Toplumun kadınların iş hayatına girmeleri konusundaki önyargılarını ortadan kaldıracak "başarılı rol modelleri", medya desteği ile ulusal ve yerel ölçekte ön plana çıkartılmalıdır. Kadın girişimciliğini özendiren ve destekleyen kurum ve kuruluşların daha etkin politika ve stratejiler oluşturabilmeleri için bu kurumlar arasında bütüncül bakışın sağlanması, koordinasyon zorluklarının aşılmasında ortak iletişim ve işbirliğinin geliştirilmesi, hazırlanan programlara kadınların dâhil edilmesi ve uygulama ve takip konusunda daha proaktif olunması gerekmektedir.

Kaynakça

- Aldrich, H. ve C. Zimmer (1986), *Entrepreneurship Through Social Networks*, In D. L. Sexton & R.W. Smilor (Der.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, Massachusetts: Ballinger Publishing Company: 3-24.
- Anafarta, N., F. Sarvan ve N. Yapıcı (2008), "Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (15), 111-137.
- Ayaz, N. (1993), "Türkiye'de Çalışan Kadınların Sorunlarına Yönelik Bir İnceleme (Tekstil İşkolundan Örnekler)", *D.E.Ü. İ. İ.B.F. Dergisi*, 8 (1), 175-191.
- Bedük, A. (2005), "Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (12), 106-117.
- Cam, E. (2003), "Türk İstihdam Politikasında Çalışan Kadınlar ve Uygulanan Politikalar 2: İstihdam Politikaları", *Çelik-İş Sendikası Aylık Yayın Organı*, Yıl. 3, Sayı. 13, Eylül-Ekim.
- Çakıcı, A. (2003), "Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler", 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon.
- Çelebi, N. (1997), *Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler*, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Çelik, C. ve M. Özdevecioğlu (2001), "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma", 1. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, 487-498.
- Davidsson, P. (1995), "Determinants of Entrepreneurial Intentions", Paper presented at the Rent IX Conference, Piacenza, Italy.
- De Groot, T.U. (2001), *Women Entrepreneurship Development in Selected African Countries*, Vienna, Austria: UNIDO.
- Delmar, F. (2000), *The Psychology of the Entrepreneur*, In S. Carter, & D. Jones-Evans (Der.), *Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy*, Harlow-England: Pearson Education Ltd: 132-154.
- Delmar, F. (2003), "Women Entrepreneurship: Assessing Data Availability and Future Needs", Workshop on Improving Statistics on SMEs and Entrepreneurship To be held at OECD Headquarters, Paris.
- Ecevit, Y. (2007), *Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım*, 1. Baskı, Uluslararası Çalışma Ofisi (ILO), Ankara.

Ecevit, Y. (1993), Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", Kadın Girişimcilğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No: 74, 15-34.

Gökakın, Z.Ö. (2000), "Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye'de Girişimci Kadın Profili", 8. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Nevşehir, 109-123.

Güldal D. (2006), Kadın Yöneticileri Motive ve Demotive Eden Faktörlerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

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

Hisarcıkloğlu, R. (2008), "Zengin Olmak İçin Kadınları Ön Plana Çıkaralım", Hürriyet Gazetesi, 16 Kasım, 15.

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

Kansız, N. ve Ş.A. Acuner (2008), "Üretim ve İstihdama Katılımda Kadının Yeri", Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi, 20 (240).

Kocacık, F. ve V.B. Gökkaya (2005), "Türkiye'de Çalışan Kadınlar ve Sorunları", C.Ü.İ.B.F. Dergisi, 6 /1:195-219.

Kutaniş R. Ö. ve S. Alparşlan (2006), "Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı Mıdır?", Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C. 8, S. 2, 139-153.

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

Minniti M. ve P. Arenius (2003), "Women In Entrepreneurship", The Entrepreneurial Advantage Of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium, United Nations Headquarters, April.

Narin, M., A. Marşap ve M.A. Gürol (2006), "Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma", Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8 (1), 65-78.

Nayır D. Z. (2008), "İşi ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri", Ege Akademik Bakış, 8 (2), 631-650.

OECD (2004), "Women's Entrepreneurship: Issues and Policies", 2. OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), İstanbul, Turkey, 3-5 June.

Örücü, E., R. Kılıç ve T. Kılıç (2007), "Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği", Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14 (2), 117-135.

Özdevecioğlu, M. ve A. Aktaş (2007), "Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü", E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi, Sayı: 28, 1-20.

Prifti C., S. Simantiraki ve J.H. Wagner (2008), "Middle East Local and Regional Woman Entrepreneurship", Centre for Mediterranean and Middle Eastern Studies, Edit: A. Vassiliou, www.idis.gr (Erişim: 12.11.2008).

Schindehutte M., M. Morris, M. Lord ve C. Brennan (2003), "Entrepreneurs and Motherhood: Impacts on Their Children in South Africa and The United States", Journal of Small Business Management, 41 (1), 94-107.

Toksöz, G. (2007), "İşgücü Piyasasının Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Analizi ve Bölgeler Arası Dengesizlikler", Çalışma ve Toplum, 2007/4.

TÜİK (2007), Hanehalkı İşgücü İstatistikleri 2005, Ankara.

Yetim, N. (2008), "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği", eab.ge.edu.tr/pdf/2_2/C2-S2-%20M8.pdf (Erişim: 04.11.2008)

Zapalska, A. ve G. K. Fogel (1998), "Characteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurs", Journal of Private Enterprise, Cilt. 19, Sayı. 2, 132-144.

Zhao, F. (2005), "Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation", International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 11(1), 25-41.