

MERSİN'DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞ YAŞAMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER*

Yrd. Doç. Dr. Ayşehan ÇAKICI**

ÖZET

Kadın girişimcilerin iş yaşamında etkili olabilmelerinin; onların kişilik özelliklerine, bilgi ve becerilerine, işlerini yürütmede karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunları çözebilmelerine, eğitilmelerine ve desteklenmelerine bağlı olduğu varsayılmaktadır. Ayrıca, başarılarını artıran ve sınırlandıran faktörlerin de iş yaşamlarındaki etkiliklerini etkileyebileceği düşünülmektedir. Kadınlarca kurulan ve/veya ortak olunan işletmelerde, kadınların iş yaşamlarını etkileyen sözü edilen faktörlerin bir değerlendirmesini yapmak amacıyla keşifsel nitelikte bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada ayrıca, kadın girişimcilerin iş yaşamı dışında neler yaptıklarına, gelişebilmeleri için kendi önerilerine ve iş yaşamına atıldıktan sonra değişen konumuna da yer verilmiştir. Araştırma kapsamına Mersin'de faaliyet gösteren kadın girişimciler alınmıştır. Veriler, geliştirilen bir anket ile, kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket uygulaması, bizzat araştırmacı tarafından Mersin şehir merkezinde 600 dolayında olduğu tahmin edilen kadın girişimcilerden 200 kişiye gidilerek gerçekleştirilmiştir.

Araştırma bulgularına göre, iş yaşamında etkili olabilmeye gerekli kişilik özelliklerinden özgüven, dürüstlük, risk üstlenme ve cesaret ön plana çıkmaktadır. Olması gereken bilgi ve becerilerden ise; iş yaşamını, insan ilişkilerini, pazarlama ve satış bilme, etkili bir iş yaşamı için önemli faktörler olarak sıralanmaktadır. Kadın girişimciler, özellikle verimlilik ve kalite artırma, iletişim, finansman ve satın alma konularında eğitim gereksinimi duymaktadırlar. Kaliteli iş yapma, disiplinli çalışma ile yenilikleri ve gelişmeleri izleme başarıyı artıran unsurlar olarak görülürken; makro nedenler, finansal yetersizlikler ve haksız rekabet başarıyı sınırlandıran en önemli faktörler olarak ifade edilmektedir. Kadın girişimcilerin bu sorunlarla baş edebilmeleri, iş dünyası ve ticarete erkekler kadar deneyim sahibi olmaları

* Makale, Mersin Üniversitesi Bilimsel Araştırmaları Birimi tarafından desteklenen bir araştırmadan kesit sunmaktadır.

** Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

ve ev içi sorumluluklarıyla iş yaşamını dengeleme gücünü nedeniyle kolay olmamaktadır. Sonuç olarak araştırmada, iş hayatında kadınların etkili olabilmeleri ve toplumda edilgen, bağımlı ve ikincil konumdan çıkabilmelerinin, kadının kendisinin, ailesinin, toplumun ve devletin birlikte çabası ile olanaklı olabileceği belirtilmekte ve kadın girişimcilerin geliştirilmesi ve güçlendirilmesine ilişkin öneriler yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadın girişimci, iş yaşamı, Mersin

GİRİŞ

Birleşmiş Milletler (BM), 1950’li yıllardan itibaren dünyada kadınların kalkınma çabalarının içinde yer alması için yoğun bir çaba başlatmıştır. BM, 1975 yılını, uluslar arası kadın yılı olarak ilan etmiştir. 1985 yılında Türkiye’nin de imzaladığı “Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi” ile devletleri, kadınların istihdam alanında erkeklerle eşit haklara sahip olarak serbestçe iş ve meslek seçme, mesleki eğitim haklarını kazanmaları için bütün önlemleri almakla yükümlü kılmıştır (Akyol 1993: 8). Bu bağlamda, ülkemizde 1990 yılında Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü kurulmuştur.

Artık, ekonomik gelişme ve refah için dünyanın sadece %50 nüfusunun bilgi, beceri ve yeteneklerinden yararlanmanın yeterli olmayacağı anlaşılmıştır. Dünyanın birçok yerinden kadın girişimcileri desteklemek amacıyla düzenlenen Uluslararası İş Kadınları Konferansları, kurulan Kadın Girişimcileri Destekleme Merkezleri kurulması gibi faaliyetler dünya insan kaynağının diğer yarısının da fark edildiğinin göstergeleridir.

Dünyada ve Türkiye’de, kamu ve özel sektörde istihdam olanaklarının sınırlılığı eğitilmiş ve bilinç düzeyi yüksek kadın sayısının artması, ekonomik şartların zorlaması gibi nedenlerle giderek artan sayıda kadın iş hayatına atılarak bağımsız veya ortak, iş yeri açmaktadır. Sık karşılaşılan diğer bir durum da girişimci eşinin yanında çalışmaya başlayan kadın sayısının artış göstermesidir.

Kadın girişimcilerimizin deneyimsiz oldukları iş yaşamında etkin rol alabilmeleri için, Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GAP-GİDEM) gibi örgütler, devlet teşvikleri, bilimsel araştırmalara ve projelere gereksinim olduğu açıktır. Bu çalışmada kadınların iş yaşamını etkileyen faktörler araştırılarak, iş kadınlarının geliştirilebilmeleri için yapılması gerekenler hususunda bazı öneriler yapılmıştır. Çalışma iki temel başlıkta ele alınmıştır. İlk başlıkta, kadın girişimciliğinin tanımı, gelişimi ve desteklenmelerinin gerekçeleri anlatılmaktadır. İkinci başlıkta ise, Mersin de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin iş yaşamını etkileyen faktörlere ilişkin yapılan bir araştırma yer

almaktadır. Çalışma kadın girişimcilerin geliştirilebilmelerine ilişkin çeşitli önerilerle tamamlanmaktadır.

1. KADIN GİRİŞİMCİLİK VE ÖNEMİ

1.1. TANIMI

Girişimci tanımı ile kadın girişimci tanımı arasında benzerlik olduğu gibi farklılıklar da vardır. Girişimci, kaynaklar konusunda öngörülebilir olarak, işi planlayan, işgücünü örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan, elde edilen ürünü karlılık yaratacak şekilde tüketicilerin kullanımına sunan kişidir (Çetin 1996: 29). Daha bir genel tanımlamayla girişimci, kar amacıyla, çeşitli riskleri göze alarak üretim faktörlerini bir araya getiren ve mal ve/veya hizmet üretimi için gerekli ortamı hazırlayan kişidir. Girişimcilerin ticari faaliyetlerini kurdukları ekonomik birimler ise, girişim olarak tanımlanmaktadır (Dolgun 2004: 4). Girişimcilik ise, sadece kendi işini kuracak bireyler için değil, bir bürokrat, bir politikacı, bir yönetici, bir sanatçı, hatta bir şirket için de kullanılan bir kavram olabilmektedir. Girişimcilik, “ancak risk alınarak ve yüksek düzeyde yaratıcılık kullanılarak ortaya çıkarılabilecek daha üstün durumlara varmak için bir yöntem” olarak tanımlanmaktadır (Titiz 1998: 224).

Türkiye’de bazı yazarların üzerinde fikir birliği yaptığı tanımlamaya göre, kadın girişimci, evinin dışında kendi adına veya ortaklık sıfatıyla bir veya birkaç işyeri olan; herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesi, pazarlanması ve tüm işletme faaliyetleri ile ilgili kararlar alan ve yürüten, işe ilişkin ilişkiye girilmesi gereken gerçek ve tüzel kişiler ile kendi adına ilişki kuran ve işinden elde ettiği kazancın kullanımını üzerinde söz sahibi olan **kişidir** (Müftüoğlu 2000: 69; Ecevit 1993: 20; Gürol 2000: 25). Avrupa Komisyonu raporunda, kendi başına iş kuran veya hisselerin çoğuna sahip olan; risk alan, karar alan ve işin yürütülmesinde aktif görev alanlar, kadın girişimci olarak tanımlanmaktadır (European Commission 2002: 3).

1.2.GELİŞİMİ

Piyasa ekonomisinde iş başarısının en önemli belirleyicisi olan girişimci, içinde yer aldığı sosyal, ekonomik ve kültürel çevrenin bir ürünüdür. Girişimcilik ruhunun aile, çevre, eğitim, örf, adet ve geleneklerden etkilendiği kabul edilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin girişimcileri, ataerkil yapıdaki toplumsallaşma süreçleri, ekonomik yapıdaki riskler ve sosyal çevre nedeniyle, ağır hareket edebilmektedir (Eyüboğlu 2002: 284). Bu toplumlarda kadın girişimci sayısının artması ve gelişmesi, daha da yavaş olmaktadır. Türkiye’de üniversite öğrencileri üzerine yapılan bir araştırmada, cinsiyet ile mesleki tercihler arasında ilişki aranmış ve kız öğrencilerin %22’sinin, erkek öğrencilerin ise %65’inin kendi işini kurmayı istekli oldukları belirlenmiştir

(Arslan 2002: 6). İş yeri açmanın ve işletmenin erkek işi olarak gören toplumsal anlayışın bunda etkili olduğu söylenebilir

Bununla birlikte, Dünyada ve Türkiye’de kadın girişimci sayısı giderek artış göstermektedir. ABD’de 1980’ler süresince ve 1990’lı yılların başlarında, kadınların girişimcilik çabalarının yükseliş eğilimi gösterdiği, kadınların kurduğu girişim sayısında %50 oranında artış olduğu ifade edilmektedir (Gürol 2000: 228). Kanada’da da her yıl gittikçe artan sayıda kadın, iş hayatına atılmaktadır. İstatistiklere göre, 1981’den 2001’e değin, kendi işini kuran erkeklerin sayısı %38 artarken; aynı dönemde, kendi işini kuran kadınların sayısı %208 artmıştır (Foundation of Canadian Women Entrepreneurs ve Business Development Bank of Canada 2004: 6). Gelişmekte olan ülkelerden örnek vermek gerekirse, 1996 yılı verilerine göre, kadın girişimcilerin oranı Yunanistan’da %19.7, Macaristan’da %30.7 ve Meksika’da %36.1’dir. Aynı raporda Türkiye’deki oran 5.3 olarak verilmektedir (OECD 1998: 8).

Türkiye’de son verilere göre, kadınların işgücüne katılma oranı, %39,6’dır (<http://www.die.gov.tr/tkba/t143.xls>-erişim tarihi: 5.2.2005). Bunun da %68,8’i ücretsiz aile işçisi, %24,3’ü ücretli ve yevmiyeli ve %6,9’u ise kendi hesabına ve işveren statüsünde çalışmaktadır (<http://www.die.gov.tr/tkba/t156.xls>-erişim tarihi: 5.2.2005). İşgücüne katılan kadınların büyük bir kesimi, tarım sektöründe çalışmaktadır. Sosyo-ekonomik yapılanmadaki eksiklikler, toplumda cinsiyete dayalı rol ayrımı ve aile içi ataerkil üretim ilişkileri, kadın istihdamını artırmanın önündeki en önemli engellerdir (Koray, Demirbilek ve Demirbilek 1999: 2).

Ancak Türkiye’de kadınların işgücüne katılımları veya iş yeri açmaları hususunda hukuki bir engel bulunmamaktadır. Türk Medeni Kanunu’nda evli kadının çalışması ve ticarethane açması için gerekli “koca izni” şartı (Medeni Kanun madde 159), 1990 yılında Anayasa Mahkemesi tarafından “Anayasa önünde eşitlik ve çalışma özgürlüğü” ilkesine aykırı bulunarak kaldırılmıştır. Evli kadınların iş yeri açmaları konusunda hukuken bir engel görülmesi de, geleneksel kabullerin ortadan kaldırılması kolay olmamaktadır. Örneğin; ataerkil toplumların tümünde geçerli olan, geleneksel ideolojinin cinsiyetçi iş bölümü, kadını öncelikle ev işlerinden ve çocuk bakımından sorumlu kılmaktadır. Bu ise, kadınların toplumsal üretimden uzaklaşmasına ve kendilerine öğretilip benimsetilen toplumsal cinsiyet kalıplarına göre beceriler edinmesine neden olmaktadır. Kadınlar, bu yüzden, daha çok hizmetler sektöründe, sağlık, eğitim, tekstil, gıda gibi alanlarda kitlesel bir biçimde çalışmakta veya bu alanlarda iş yeri açmaktadırlar (Gürol 2000: 320).

Kadınları, işyeri açmaya iten nedenler ekonomik olmaktan çok kişiseldir. Girişimci kadınların başarı kazanma, eğlence, diğer insanlara yardım

etme ve daha sosyal bir ortamda bulunma gibi amaçlara daha fazla önem verdikleri ifade edilmektedir (Carter ve diğ. 2003: 13-39). Ancak, Türkiye’de genellikle kadınların hem kişisel hem de ekonomik nedenlerle girişimciliğe başladıkları söylenebilir. Örneğin; yapılan bir araştırmada Mersin’deki kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri arasında bağımsız çalışma arzusu ilk sırada yer alırken, kazanç elde etme isteği çok az bir farkla ikinci sırada yer almaktadır (Çakıcı 2003: 80). Kadınlar hangi güdüyle hareket ederlerse etsinler sevindirici olan, arzu edilen düzeyde olmasa da giderek daha fazla sayıda kadının ekonomik hayata iştirak etmesidir. Yine örnek vermek gerekirse, Mersin Esnaf Odaları Birliğinden alınan verilere göre ilin, kadın esnaf sayısı 1980 yılından önce onu bulmaz iken 2003 yılı itibariyle yüzlerce kadın iş yeri sahibi bulunmaktadır.

1.3. ÖNEMİ VE DESTEKLENME NEDENLERİ

Yazında, “girişimci”den kısmen de olsa farklı bir şekilde tanımlanan kadın girişimcilerin, ayrıca desteklenmelerinin ve geliştirilmelerinin gerekçeleri şu şekilde açıklanmaktadır.

Kadın girişimciler, tüm girişimcilerin karşılaştıkları finansman yetersizliği, nitelikli eleman bulamama, talep durgunluğu, verimliliği artırma sorunu, alacakların zamanında tahsil edilememesi, haksız rekabete dayalı rakip engellemeleri sorunu gibi sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Eğitim seviyeleri görece olarak düşüktür. İnternet kullananların oranı azdır. Kadın, aile ve kariyerini uzlaştırma çabası içinde olmaktadır. Kadınların iş sahibi olarak kolayca kabul edilmedikleri ülkelerde ya da bölgelerde, cinsiyete dayalı engeller artabilmektedir. Kadınlar, kendi hesaplarına çalışmaya erkeklere göre çok daha sonra başladıklarından, özellikle işletmecilik ve sermaye edinimi konusunda daha az profesyonel deneyime sahiptirler (OECD 1998: 14-16). Bu nedenlerle, belirlenen sorunları erkeklere kıyasla daha ağır yaşamakta ve bu da kadın girişimcilerin ayrıca desteklenmesi gereğini ortaya çıkarmaktadır.

Her girişimci gibi, kadın girişimciler de ekonomiye hiçbir yük getirmedikleri gibi, ekonomiyi güçlendirir, rekabetin geliştirilmesine katkıda bulunurlar. Devlete vergisini verir, iş edinir, iş edindirir ve yeni girişimciler yetiştirirler. Girişimcilik, kadınlar için istihdam tıkanıklığını giderecek bir seçenektir.

“Girişimcilik” her kişide olmayan bir yetenektir ve sınırlı bir üretim faktörüdür. Kadınlar içinde de olabilecek bu yetenekten yararlanmak gereklidir. Onları, ekonomik hayatın içine çekmek ve statülerini yükseltmek; refah artışı, aile ilişkilerinin demokratikleştirilmesi, daha yaratıcı ve öz güvenli bireylerin yetiştirilmesi açısından da önemlidir.

Girişimcilik, kadınların kendi yetenek ve potansiyellerini keşfedebileceği, bağımsız karar alabilecekleri bir iştir. Girişimcilik rolü ile kadınlar, karar alan, risk üstlenen ve yöneten konuma gelebilmektedirler. Kadını ücretsiz aile işçisi konumundan kendi hesabına çalışan konuma taşımak, kadının statüsünü yükseltmenin bir aracıdır.

Pek çok şirkette, kadın personele yatırım yapıldığı halde, üst yönetim pozisyonlarına getirilmemektedir. Kadınlara kendi işletmelerini kurma fırsatı vererek, edinmiş oldukları eğitim ve becerilerden yararlanmak olanaklı hale gelebilir. Kadın girişimciler, farklı deneyim ve bakış açıları nedeniyle, yönetim stili, şirket yapısı, hizmet anlayışı ve teknoloji kullanımı gibi konularda farklılık yaratabilir, yeniliklere kaynaklık edebilir. Kendi işini kuran kadınların yaygınlaşması, kadın ile erkek arasındaki eşitsizliğin azalmasına yardımcı olabilir (OECD 1998: 20).

Türkiye’de 1990’lı yıllardan sonra, kadın girişimcilerin profilini, genel karakteristik özelliklerini, sorunlarını ortaya koyan ve öneri geliştiren birçok çalışmaya rastlamak olasıdır (Arat 1993: 1-316; Ecevit 1993: 15-34; Çelebi 1993: 35-48). Özellikle, 2000’li yıllarla birlikte girişimcilik ve kadın girişimcilik konuları üzerine yapılan araştırmalarda belirgin bir artışın olduğu görülmektedir (Kutanis 2003: 59-67; Gürol 2000: 1-360; Gökakın 2000: 109-121; Çakıcı 2003: 71-89). Bununla birlikte; kadın girişimcilerin sayılarının nasıl artırılacağına ve işletmecilik becerilerinin nasıl geliştirilebileceğine ilişkin araştırmalara ve projelere gereksinim duyulduğu açıktır. Bunun en önemli nedenleri; Türkiye’de girişimci kadın oranının giderek artsa da halen çok düşük düzeyde kalması ve iş yerlerinin hayatta kalma sürelerinin kısaldığıdır.

2. MERSİNDEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞ YAŞAMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERE İLİŞKİN ARAŞTIRMA

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

2.1.1. Amaç

Kadın girişimcilerin iş hayatı; onların kişilik özellikleri, bilgi ve becerileri, işlerini yürütmede karşılaştıkları sorunlar, eğitim eksiklikleri vb hususlardan etkilenebilir. Araştırmanın amacı, kadın girişimcilerin iş yaşamını etkileyebileceği düşünülen bu faktörleri değerlendirerek, onların gelişmeleri ve güçlenmelerine katkıda bulunabilecek öneriler geliştirmektir.

2.1.2. Kapsam

Araştırmada kadın girişimci, “evinin dışında, üretim, satış veya danışmanlık amaçlı herhangi bir işyerini kendisi kuran veya bir şekilde ortak olan ve aktif olarak işi idare eden kişi” olarak tanımlanmıştır. İş erkek yaptığı halde resmi olarak eşin, annenin veya kız kardeşin üzerinde gösterilen işyerleri araştırma kapsamına alınmamıştır.

2.1.3.Yöntem

Araştırma, keşifsel bir nitelik taşımaktadır. Araştırmada veriler, geliştirilen bir anket aracılığı ile toplanmıştır. Anket formunun geliştirilmesi sürecinde kadın girişimciler ile iki ayrı ön test yapılmış ve bu ön test sonuçlarına göre, ankete son şekli verilmiştir. Geliştirilen anket, araştırmacının bizzat kendisi tarafından yüz yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır.

Geliştirilen anket, dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm kadın girişimcinin demografik özellikleri (7 soru) ile işyerlerine ilişkin sorulardan (7 soru) oluşmaktadır. İkinci bölüm, iş kurma öykülerini ortaya koyan sorulardan (12 soru), üçüncü bölüm iş yaşamını etkileyen faktörlere ilişkin sorulardan (10 soru) ve dördüncü bölümde ise işletme fonksiyonları ve karar almada kadın girişimci, varsa ortak/ortakları ile yakın çevresinin ne kadar etkili olduğunu anlamaya çalışan sorulardan (9 soru) meydana gelmiştir. Bu makalede, kadın girişimcilerin profili ve işyerlerine ilişkin bilgiler özetlendikten sonra, iş yaşamlarını etkileyen faktörlerin bir değerlendirmesi yapılmıştır.

Anketin uygulanabilmesi için, Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odası'ndan 16 Ocak 2003 tarihinde, kadın işyeri sahiplerinin meslek dalı ve adreslerinin bulunduğu bir liste alınmıştır. Bu listede, 1596 kayıt bulunmaktadır. Yapılan incelemeler ve görüşmeler sonunda, %15 dolayında işyerinin (yaklaşık 240) kapalı olduğu, 231 işyeri adresinin bulunmadığı, listede “iyi tanımlanmamış işler” adı altında 77 kadın girişimci bulunduğu, ilk bakışta kadınlardan yapmaları beklenmeyen ancak sık karşılaşılan mesleklerdeki (tornacı, tırcı, taksici, mermerci, oto yağlama-yıkama, demirci, kaynakçı vb) kadın girişimci sayısının 444 olduğu anlaşılmıştır. Bu bilgiler sonucu, Mersin şehrinde 600 dolayında kadın girişimcinin olabileceği tahmin edilmektedir.

Tam ve sağlıklı bir listenin elde edilemeyişi nedeniyle, araştırmada “kar topu örnekleme” yöntemi kullanılmıştır. Kar topu örnekleme yöntemi, ana kitle birimlerinin tam olarak belirlenemediği durumlarda, ana kitleyi temsil edecek örnekleme belirlemek güçleşmektedir. Bu nedenle, araştırmanın ana kitlesi içinde yer alan ve araştırmacının ulaşabileceği ilk birim (kişi ya da obje) belirlenir. Bu birim üzerinden elde edilecek veriler ışığında sonraki birime ve

daha sonra bunu zincirleme olarak izleyen diğer birimlere ulaşılarak ana kitleyi temsil edebileceği düşünülen örneklem oluşturulur. Araştırmacının, örnekleme adım adım oluşturduğu bu yönteme “kar topu örnekleme” denir (Ural ve Kılıç 2005: 40). Bu yöntemle, gidilen bir kadın girişimciden tanıdığı bir başka kadın girişimciye ait adres bilgileri alınmış ve böylece anketin uygulamasına devam edilmiştir.

Geliştirilen anket, yüz yüze görüşme yöntemi ile Mersin’de faaliyet gösteren 200 kadın girişimciye bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Olanak dahilinde farklı işkollarında iş yapan kadın girişimcilere ulaşılmıştır. Böylece, 2003 yılı Ocak-Mayıs ayları arasında yapılan araştırma ile, Mersin’de toplam 600 dolayında olduğu tahmin edilen kadın girişimcilerin yaklaşık üçte birine ulaşılabildiği düşünülmektedir. Bu oranın, kadın girişimcilerin iş yaşamını etkileyebileceği düşünülen faktörlerin bir değerlendirmesini yapabilmek için yeterli bir oran olduğu kanaati oluşmuştur. Bu, bulguların güvenilirliğini destekleyen bir durumdur.

2.2. BULGULAR

2.2.1. Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Özellikleri Ve İşyerlerine İlişkin Bilgiler

Mersin’deki kadın girişimcilerin geneli (%79), 30-49 yaş aralığındadır. Büyük bölümü (%53) lise mezunu olup; %23’ü de üniversite mezunudur. Artık kalan %14.5’i ilköğretim ve %9.5’i ise orta okul mezunudur. %70.5’i evlidir.

Mersin’deki kadın girişimcilerin geneli (%51), işlerini 1990 ile 2000 yılları arasında kurmuşlardır. 2000 yılından bu yana kurulan işyerinin oranı %40,5’dir. Kadınların eğitim düzeylerinin yükselmesi, artan işsizlik, kamu ve özel sektörde istihdamın sınırlı olması, bunun en önemli nedenleridir. Kadın girişimcilerin hepsi işlerinin başındadır. İşletmelerin tamamına yakını mikro ölçekli* olup; %29’u hiç işçi çalıştırmamaktadır. Kadın girişimcilerin daha çok (%66) “ticaret” (perakende satış) ve “hizmet” sektöründe (güzellik salonu, kreş, hazır yemek vs) iş kurdukları anlaşılmaktadır. Kadınlar genellikle cinsiyet rollerine uygun ve fazla sermaye gerektirmeyen ve geliri düşük olan işler yapmaktadırlar. İşyerlerinin %49’u “tek kişi işletmesi” olup; %24,5’i “limited şirket” olarak kurulmuştur. %25.5’i ise, “adi ortaklık” şeklinde bir hukuki statüye sahiptir.

* Avrupa Birliği, birlik bazında karışıklığa neden olmaması için 1996 yılında işgören sayısı, yıllık satış hasılatı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık kriterlerinden oluşan bir KOBİ tanımı yapmıştır. Buna göre, 10 kişiden az işçi çalıştıran işletmeler mikro işletmeler sayılmaktadır (Sayın ve Fazlıoğlu, 1997. s.1-4). Araştırmada, işçi çalıştıran kadın girişimcilerin %29.6’sının 1, %22.5’inin 2 ve %14.1’inin 3 işçi çalıştırdığı; böylece 1-3 arası işçi çalıştıranların %66.1 olduğu görülmüştür. 10’dan az işçi çalıştıran kadın girişimcilerin oranı %90.1’dir.

Mersin’de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin iş kurma fikri, daha çok bir “teklif” (eş, arkadaş, diğer aile üyeleri) üzerine gelişmiştir. İş kurmanın en önemli nedenleri, bağımsız çalışma arzusu, kazanç elde etme ve sosyal olma isteğidir. Bağımsız iş yeri sahibi olma, iş ve aile sorumluluğunu yerine getirmede, kendisine bu esnekliği sağlamaktadır. Mevcut işlerini seçme nedeni, sevdiği ve bildiği iş olmasıdır. Kadın girişimcilerin büyük bir bölümü, herhangi bir ticari ve iş deneyimine sahip olmadan işlerini kurmuşlardır. Başlangıç sermayesinin en önemli kaynağı, eş, aile ve akrabalarıdır. İş kurma aşamasında karşılaştıkları en önemli zorluklar, sermaye ve bilgi eksikliğidir. Kadın girişimcilerin %42’si değişik işlerde çalıştıktan, %7’si emeklilikten, %24’ü işi öğrendikten sonra iş kurmuşlardır. %27’si ise, ev hanımlığından esnaflığa geçmiştir. Kadın girişimciler, iş kuracak kadınlara, başarılı olmaları için, büyük ölçüde öz güvenli, cesaretli ve kararlı olmalarını önermektedir. İşlerini çok iyi yapmaları, bildikleri işi yapmalarını ve mutlaka yapılabirlik araştırmaları yapmalarını salık vermektedirler (Çakıcı 2003: 80-87).

2.2.2. Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular Ve Değerlendirmesi

2.2.2.1. Kadın Girişimcide Olması Gereken Kişilik Özellikleri

Genel olarak girişimcilerin kişilik özellikleri olarak; başarılı ve güçlü olma isteği, mücadelecilik, risk üstlenme arzu ve yeteneği, liderlik, karar alma ve uygulama yeteneği, kendini geliştirme arzusu, planlı çalışma ve araştırma yeteneği (Şahsüvar 2003: 2), yenilikçi, belirsizlikleri göze alma, risk almaktan kaçınmama (Aktan 1996: 72), yaratıcı, atılcı, ileriye görebilen, vizyon sahibi (Dolgun 2003: 5), öz güveni olan, öngörü yeteneği olan, analiz yapabilen, güven uyandıran, seçici, dürüst, esnek (Çetin 1998: 31), dinamik bir kişilik, yeniliklere açıklık ve büyüme tutkusu olan (Müftüoğlu 1997: 44) gibi olumlu birçok özellik sıralanmaktadır. Çizelge 1’deki kişilik özellikleri hem yazından yararlanılarak hem de ön test sırasında kadın girişimcilerin önerilerinden yararlanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge 1: Kadın Girişimcilerde Olması Gereken Kişilik Özelliklerinin Önem Sırasına Göre Dağılımı (n:200)

Kişilik Özellikleri	Önem dereceleri			A. Puan ve Oran		Önem Sırası
	1.	2.	3.	A.Puan	A.Oran	
Özgüven	126	21	13	433	36,1	1
Bağımsız karar alma	8	23	19	89	7,4	6
Risk üstlenme ve cesaret	20	45	40	190	15,8	3
Sosyal olma	2	10	34	60	5,0	7
Tutarlı ve ilkeli olma	4	31	21	95	7,9	5
Dürüstlük ve iş ahlakına uyma	26	42	43	205	17,1	2
Yaratıcı ve yenilikçi olma	14	28	30	128	10,7	4
Toplam	200	200	200	1200	100,0	

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)*100

Kadın girişimcilere, bir kadın girişimcide olması gereken kişilik özellikleri sorulmuştur. Çizelge 1, bu kişilik özelliklerini göstermektedir. Buna göre, kadın girişimcilerde bulunması gereken kişilik özelliklerinin başında “özgüven” gelmektedir. Diğer iki önemli özellik olarak da, “dürüstlük ve iş ahlakına uyma” ile “risk üstlenme ve cesaret” belirlenmektedir. Bu üç husustan özellikle “özgüven” dikkat çekicidir ve cinsiyete bağlı geleneksel rollerin belirleyici olduğu toplumlarda, kadın girişimci oranının erkeklere kıyasla çok az olmasının da temel nedenidir. Sıralanan kişilik özelliklerinin hepsinin bir kadın girişimcide bulunmasının büyük avantaj sağlayabileceğini belirten kadınlar, özellikle öz güven ve cesaretin iş yeri açmanın ön koşulu olduğunu vurgulamışlardır. Toplumsal değer yargılarıyla baş edebilmelerinde, bu iki özelliğin rolü ön plana çıkartılmıştır.

“Dürüstlük ve iş ahlakına uyma”nın bir girişimcilik özelliği olarak ikinci sırada yer alması, üzerinde düşünülmesi gereken dikkat çekici bir konudur. Bu, Türkiye’de son 20 yılda uygulanan ekonomik politikaların bir sonucu olarak, ticari hayatın ahlaki sorunlar yaşadığını ciddi şekilde düşündürmektedir. Nitekim, KOBİ’ler üzerine yapılan bir araştırmada iş ahlakının bozulmasında en önemli nedenler olarak, uygulanan ekonomik politikalar ile yasalara uyulmaması gösterilmiştir (Akıncı 2001: 667). Kadın girişimciler alışık olmadıkları böylesi bir piyasa düzenine uyum sağlamakta epey zorlanmaktadırlar.

2.2.2.2.Kadın Girişimcide Olması Gereken Bilgi ve Beceriler

Kadın girişimcilerin işlerini etkili bir şekilde yürütebilmeleri için hangi bilgi ve becerilere sahip olmaları gerektiği sorulmuş ve Çizelge 2’deki dağılım elde edilmiştir. Bilgi ve beceriler olarak, “iş yaşamını iyi bilme”, “insan ilişkilerini bilme” ve “pazarlama-satışı bilme” önerilmektedir. İş yaşamının ve rekabetin kurallarını öğrenme, kadınların zorlandığı konular arasındadır. O nedenle, bu konu, işi yürütebilmek için gereken bilgi ve beceriler sıralamasının başında yer almıştır. Kadımlar, iş dünyasına erkeklerden daha sonra

Çizelge 2: Kadın Girişimcide Olması Gereken Bilgi ve Becerilerin Önem Sırasına Göre Dağılımı (n:200)

Bilgi ve Beceriler	Önem dereceleri			A. Puan ve Oran		Önem Sırası
	1.	2.	3.	A.Puan	A.Oran	
İş yaşamını iyi bilme	70	24	30	288	24,0	1
İnsan ilişkilerini bilme	40	66	29	281	23,4	2
Satın almayı bilme	14	24	44	134	11,2	5
Muhasebe ve finansmanı bilme	8	17	30	88	7,3	6
Pazarlama ve satışı bilme	24	51	49	223	18,6	3
Üretimi (işin tekniğini) bilme	44	18	18	186	15,5	4
Toplam	200	200	200	1200	100,0	

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)*100

girdiklerinden müşterilerle ve resmi kurumlarla ilişki kurmada, işi yürütmede, sermaye ediniminde daha az profesyonel deneyime sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Kadın girişimcilerin “insan ilişkilerini bilme” ile kastettikleri, müşterilerin ne istediğini anlama, müşteri, tedarikçi ve çalışanlara nasıl davranılacağını bilmekle ilgilidir. Bu ilişkilere daha duygusal yaklaştıkları için, bunun üstünlüklerini ve sakıncalarını yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Kadın girişimciler, pazarlama faaliyetlerinden satış işinde görece olarak iyi olduklarını, ancak tanıtım ve fiyatlandırma işinde daha az deneyimli olduklarını belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin çoğu, cinsiyet rollerine uygun işler yaptıkları için, üretim konusunda bilgi ve beceri sahibidir. Satın alma, muhasebe-finance konularında bilgi açıklarının olduğunu, bu nedenle, daha çok bu konularda eş veya ailelerinden destek aldıklarını beyan etmektedirler.

2.2.2.3.Kadın Girişimcilerin İhtiyaç Duydukları Eğitimler

200 kadın girişimciden, 24 tanesi (%12) eğitim ihtiyacı olmadığını belirtmiştir. Kadınlardan 4’ü ise, yabancı dil eğitimine ihtiyaç duyduklarını söylemişlerdir.

Çizelge 3: Kadın Girişimcilerin Eğitim İhtiyacı Duydukları Konuların Önem Sırasına Göre Dağılımı (n:176)

Eğitim İhtiyacı Olan Konular	Önem dereceleri			A.Puan ve Oran		Önem Sırası
	1.	2.	3.	A.Puan	A.Oran	
İletişim	35	29	11	174	16,5	2
Satın alma	13	26	29	120	11,4	5
Hukuk	5	9	12	45	4,3	9
Satış	6	12	21	63	6,0	8
Ekonomi	5	16	22	69	6,5	7
Muhasebe-finance	34	14	23	153	14,5	3
Yönetim	3	5	5	24	2,3	10
Bilgisayar	15	18	17	98	9,3	6
Yeni İş Alanları	23	21	20	131	12,4	4
Verimlilik ve Kalite Artırma	37	26	16	179	17,0	1
Toplam	176	176	176	1056	100,0	

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)*100

Çizelge 3, kadın girişimcilerin ihtiyaç duyduğu eğitim konularını göstermektedir. Kadın girişimciler, en fazla sırasıyla “verimlilik ve kalite artırma”, “iletişim”, “muhasebe-finance”, “yeni iş alanları” ve “satın alma” konularında eğitime ihtiyaç duymaktadırlar. Bu konular, kadınların en az bildikleri ve gereksinim duydukları temel işletmecilik konularıdır.

Mersin’de faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerle ilgili yapılan bir araştırmada, işyeri sahiplerinin eğitimin gereğini kabul ettikleri, ancak, işletmeleri dışında verilen eğitimleri alma konusunda gereken ilgi ve çabayı pek gösteremedikleri görülmüştür. “İş yoğunluğu”, “zaman bulamama” buna sebep gösterilmektedir (Çakıcı 2002: 31). Karşılıklı diyaloglarda kadın girişimciler de aynı gerekçelerle KOSGEB, MPM ve Ticaret ve Sanayi Odasının düzenlediği eğitim programlarına katılmadıklarını belirtmişlerdir. Nitekim, araştırmada kadın girişimcilere iş dışında hangi faaliyetlerde buldukları sorulmuş, sadece 21 kadının eğitim faaliyetlerine zaman ayırdığı ve sadece 6 kadının işi olmadığı zamanlarda işletmecilikle ilgili kitap, dergi vs. okuduğu belirlenmiştir. Çizelge 4, kadınların iş dışında yaptıkları faaliyetlerin dağılımını göstermektedir.

Çizelge 4: Kadın Girişimcilerin İş Dışında Yaptıkları Faaliyetlerin Dağılımı (n:200)

Faaliyetler	f	%
Politika ile uğraşma	14	7,0
Sivil Toplum Örgütlerinde görev alma	29	14,5
Meslek odalarında görev alma	4	2,0
Eğitime katılma, eğitimini sürdürme	21	10,5
Kültürel faaliyetler (sinema, tiyatro, operaya vs. gitme)	53	26,5
Arkadaş toplantılarına katılma	45	22,5
Tatil yapma	43	21,5
Ev içi ve ailevi yükümlülükleri yerine getirme	57	28,5
İş seyahatine çıkma	39	19,5
Diğer (kitap, dergi okuma vs)	6	3,0

NOT: Birden fazla seçenek işaretlendiği için, toplam %100’ü aşmaktadır.

Eğitimini sürdürenlerin bir kısmı, Açık Öğretim Fakültesi bölümlerine devam etmektedir. Bir kısmı da, alanlarıyla ilgili eğitim seminerleri ve kurslara katıldıklarını belirtmişlerdir.

Meslek odalarına ilginin çok düşük olduğu görülmektedir. Meslek odaları ile bunların bağlı olduğu Esnaf ve Sanatkarlar Odası, sadece gerekli izin alınması ve kayıt yaptırma yeri olarak görülmekte, sorun çözme yerleri olarak görülmemektedir. Bir tek üyelik aidatlarının toplanmasında kapılarına kadar geldiği, ancak, sorunlarına sahip çıkılmadığı, kadın girişimcilerin geneli tarafından yapılan bir değerlendirilmedi.

Kadınların %19.5’i iş seyahatine çıkmaktadır. Bu kadınların çoğu mal almak, çok azı da fuarlara katılmak amacıyla iş seyahatine çıktığını belirtmiştir. Bu oranın düşük olması, malzeme, araç-gereç temini ve mal satın alımında büyük ölçüde eşler ve babalardan destek alındığını ortaya koymaktadır.

Kadın girişimcilerin %26.5'i kültürel faaliyetlere, %22.5'i arkadaş toplantılarına katıldığını belirtmiştir. Tatil yapanların oranı ise %21.5'dir. %7 gibi düşük bir oranda da, kadınlar politika ile uğraşmaktadır. %15 dolayında bir kesim ise, Sivil Toplum Örgütlerinde görev almaktadır. Bu faaliyetlerin, kadın girişimcilerin kültürel ve sosyal gelişimlerine katkıda bulunabileceği gibi; fikirsel gelişimlerine de katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kadın girişimcilerin %28.5'i, iş dışında sadece ev içi ve ailevi yükümlülükleri yerine getirdiklerini, diğer faaliyetlere hemen hemen hiç zaman ayıramadıklarını belirtmişlerdir. Bu kadınlar, büyük ölçüde evli kadınlardan oluşmaktadır. Ev içi yükümlülükler, kadın girişimcilerin iş yerinde kalma sürelerini kısaltmakta ve dolayısıyla iş yeri sorunlarına odaklanmalarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

İş dışında hangi faaliyetlerde bulunulduklarının sorulmasının nedeni, kadınların iş dışında kendilerini geliştirmek için neler yaptıkları ve ne gibi bir etkileşim içinde bulduklarını anlayabilmektir. Kadınlara önerilen faaliyetlerden “ev içi ve ailevi yükümlülükler” dışında, diğerleri, az ya da çok kadın için bir etkileşim, bir öğrenme aracıdır. Doğrudan bu amaca hizmet edecek eğitim, iş seyahatleri ve meslek odalarında görev alma, çok az sayıda uğraşılan birer faaliyet olarak ortaya çıkmaktadır.

2.2.2.4.Kadın Girişimcilerin İşlerin Yürütülmesinde Karşılaştıkları Zorluklar

Çizelge 5, kadın girişimcilerin işlerini yürütürken karşılaştıkları zorlukları göstermektedir. Kadın girişimcilerin işlerini yürütmedeki en önemli engellerinin başında “alacakların zamanında tahsil edilememesi” gelmektedir. Bu durum, finansal yetersizlik ve mali güçlük yaşanmasına da kaynaklık edebilmektedir. Alacakların zamanında tahsil edilememesi, maliyetlerin sürekli değişmesi, satışların düşmesi, vergilerin yüksek olması, tüm girişimcilerin olduğu gibi kadın girişimcilerin de öz kaynak yaratamama sorununu beslemektedir. Ayrıca, tahsilat sorunu, ödeme sorunu yaratmakta ve bu da iş dünyasındaki “güven” sorununu perçinlemektedir.

Kadın girişimcilerin önemli bir engeli de, finansal zorluklardır. Kadın girişimciler, çoğu zaman, işletme kurma ve daha sonraki fon ihtiyaçları için eş ve aileden destek almaktadır. Kadının daha bağımsız hareket edebilmesi ve özgüvenini geliştirebilmesi, her şeyden önce finansman açısından güçlü ya da finans sağlama konusunda eğitilmiş olması ile ilişkilidir.

Çizelge 5: Kadın Girişimcilerin İşlerini Yürütürken Karşılaştıkları Zorlukların Dağılımı (n:194)

İşleri Yürütmede Karşılaşılan Zorluklar	f	%
Toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları inanışları	28	14,4
İşletmecilik konusunda bilgi eksikliği	36	18,6
Yasal ve bürokratik engeller	31	16,0
Finansal Yetersizlikler - Mali güçlükler	95	49,0
Rakiplerin engellemeleri	49	25,2
Personel sorunları	53	27,3
Alacakların zamanında tahsil edilememesi	112	57,7
Diğer (ailevi sorunlar vb)	18	9,3

NOT: Birden fazla seçenek işaretlendiği için toplam %100'ü aşmaktadır.

Kadın girişimcilerin sadece %15'i, bankalardan ticari kredi* yerine "tüketici kredisi" kullanarak fon ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmişlerdir. Bunun nedeni, ticari kredi koşullarının tüketici kredilerine göre daha ağır olmasıdır. Kredi faizlerinin yüksek, limitinin düşük olması, teminat koşullarının ağır bulunması, geri ödemeler için süre tanınmaması, prosedür hakkındaki bilgi eksikliği ve işten elde ettiği gelirin düşük düzeyde kalması, bankadan borçlanma konusunda kadının cesaretini kırabilmektedir.

İşlerin yürütülmesinde karşılaşılan zorluklardan diğer dikkat çekici olanlar, "personel sorunları" ile "rakip engellemeleri"dir. Bu iki husus, birbirine yakın oranlarda dile getirilmiştir. Kadınlar, nitelikli (diğer çalışanlar ve müşteriler ile iletişimi iyi, sorumluluk duygusu olan ve kaliteli iş yapan) personel bulamama; personelin habersiz işi bırakması; işi öğrenip ayrılması; işin evlenene, askere gidene ya da daha iyi bir iş bulana kadar "ara iş" olarak görülmesi; bazı işlerde erkek çalışanların bayandan emir almaya tepkili

* Halk Bankası, kadınlara evde ya da ev dışında üretim yapmaları veya meslek sahibi kadınlara kendine ait bir iş yeri açmaları için 1993 yılından bu yana "Kadın Girişimci Kredisi" vermektedir. Kredi limiti, evinin bir bölümünde faaliyette bulunanlar için 500 milyon TL, evinin dışında faaliyette bulunanlar için 1 milyar TL'dir. Ortaklık halinde ise, her ortağa 1 milyar TL olmak üzere toplam 5 milyar TL'dir. Bu limitler, aradan 10 yıl geçmesine rağmen, değişmemiştir. Sembolik olduğu ortadadır. 2000 yılında vade 3 yıl ve faiz %40 iken; 2003 yılı itibarıyla vade 2 yıl ve faiz %43 olup; yüksektir. 2000 yılında Mersin'de kadın girişimcilerin sadece %5'i bu kredi için başvurmuş iken, 2002 ve 2003 yıllarında başvuran olmamıştır.

Halk Bankasının esnaf için "Halk İşlem Kredisi" (vade 1 yıl, limit 20 milyar TL, faiz %43), "İşletme kredisi", "İstihdam Destekleme Kredisi", "Tesis Kredisi", (vade 1-5 yıl, limit 10 milyar TL, faiz %52) gibi diğer kredi olanakları da bulunmaktadır. Bu kredilerden de yararlanmak için başvuran kadın girişimci olmamıştır. 2003 yılı itibarıyla, Halk Bankası aracılığıyla devletin sübvansiyon sağladığı krediler "Esnaf Kefalet Kredisi" (limit 15 milyar TL, faiz %25) ile "Teşvik Belgeli KOBİ Kredisi"dir (limit 50 milyar TL, faiz %15). Bu kredi kapsamında kredi verilecek alanlar; turizm, eğitim, sağlık, madencilik, yazılım geliştirme olarak belirlenmiştir. Kadın girişimciler cazip görünen bu kredilerden yararlanabilirler. Ancak banka müdürlerinden alınan bilgiye göre, ticari kredi için başvuranların büyük bir çoğunluğu erkek girişimcilerden oluşmaktadır. Bunun en önemli nedeni daha öncede belirtildiği gibi kadın girişimcilerin prosedür konusundaki bilgi eksikliği, kazancının düşük olması ve teminat gösterecek mülkünün olmamasıdır.

yaklaşmaları, personele ilişkin yaşanan sorunlar olarak dile getirilmiştir. Ayrıca, bazı kadın girişimciler, ücret ödeme sıkıntısı çektikleri için işçi çalıştıramadıklarını ve aileden işçilik konusunda destek aldıklarını belirtmişlerdir.

Aynı iş kolunda çok sayıda rakip firma olması ve talebin çok düşük kalması, rakip engellemelerinin yoğun yaşanmasına neden olmaktadır. Bu engellemeler, çoğu kez söylenti yayarak ve fiyat düşürerek müşteri çalma gibi haksız rekabet denilebilecek sorunu beslemektedir. Söylentilerin, çoğu zaman erkek müşterilerle iyi ilişkiler geliştirme yönündeki davranışlarını sınırlandırdığını, sırf bu yüzden kadın müşterilere dönük işler seçtiklerini belirten kadın girişimciler olmuştur.

Kadın girişimcilerin %14.4'ü, toplumsal değer yargılarından etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Toplumsal ön yargılar arasında şunlar dile getirilmiştir: "Kocanın, karısının başarısını veya kendisinden daha çok kazanç sağlamasını hazmedememesi", "kontrol altında tutulma", "müşteriye yakın davranışların yanlış anlaşılması", "yakın çevrenin kocaya baskı yapması". Kadın girişimcilerden alınan bilgiye göre, toplumsal önyargılar artık, iş yerini açma özgüven ve cesaretini gösteren kadının faaliyetlerini, tahmin edildiği kadar fazla etkileyememektedir. Bunun mücadelesi iş yerini açmadan önce verilmiştir. Ancak kuşkusuz, "toplumsal değer yargılarının kadın girişimcilerin iş yaşamını etkileme oranını" yöreden yöreye farklılık gösterebilecektir.

Kadın girişimcilerin %18.6'sı ise, bilgi eksikliğinden yakınmıştır. Özellikle satın alma, müşterilerle ilişkiler, teknoloji kullanımı, muhasebe-finansman bilgi eksikliği duyulan konulardır. Bu konularda kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre daha deneyimsiz oldukları söylenebilir.

2.2.2.5. Kadın Girişimcilerin Başarısını Artıran Faktörler

Kadın girişimcilerden başarılarını artıran 3 hususu önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Çizelge 6, bu hususları göstermektedir. Kadın girişimciler, başarıyı artıran ilk üç husus olarak "kaliteli iş yapma", "disiplinli çalışma" ve "yenilikleri ve gelişmeleri izleme"yi sıralamaktadır. Bunlar, tüm girişimciler için önemli olan hususlardandır. Bunların arkasından, kadınların "aile ve çevre desteği" ile "iş ve aile yaşamını uyumlaştırma"yı, başarıyı artıran hususlar olarak gördükleri anlaşılmaktadır.

Rakiplere göre doğru ve temiz iş yapmak, müşteriye dürüst davranmak, sözünde durmak, yaptığı iş sevmek ve önemsemek, müşteri beklentilerine göre hareket etmek, "kaliteli iş yapmak" olarak nitelendirilmektedir. Kaliteli iş

yapma, kadın girişimcilerin rekabet yoğunluğunun artması karşısında, rekabet üstünlüğü sağlamak istemesinin sonucudur.

Çizelge 6: Kadın Girişimcilerin Başarılarını Artıran Hususların Önem Sırasına Göre Dağılımı (n:196)

İş Başarısını Artıran Hususlar	Önem dereceleri			A.Puan ve Oran		Önem Sırası
	1.	2.	3.	A.Puan	A.Oran	
Disiplinli çalışma	69	28	30	293	24,9	2
Hızlı karar verme	8	16	14	70	6,0	6,7
Yenilikleri ve gelişmeleri izleme	19	59	36	211	17,9	3
Kaliteli iş yapma	70	49	38	346	29,4	1
Kuruluş yeri	11	11	15	70	6,0	6,7
Aile ve çevre desteği	15	15	35	110	9,4	4
Aile ve iş yaşamını uyumlaştırma	4	18	28	76	6,5	5
Toplam	196	196	196	1176	100,0	

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)*100

Kadın girişimcilerin genel olarak, ilkeli davranmayı, özveride bulunmayı, çok çalışmayı ve işlerinin başında olmayı, “disiplinli çalışma” olarak nitelendirdikleri görülmüştür. Evli kadın girişimcilerin ev içi yükümlülüklerini yerine getirme gereği, onların daha özverili olmalarını gerektirirken; işlerinin başında uzun süre kalmalarını da zorlaştırmaktadır. İşyerinde zorunlu olarak bulunamadıkları zamanlarda, aileden destek sağlanmaktadır. Nitekim, başarıyı artıran hususlar arasında “aile desteği” 4.sırada yer almıştır.

Yenilikçi olma ve değişiklikleri izleme, yine rekabetin zorlaması ve müşteri ihtiyaç ve isteklerinin sürekli değişir olmasının bir sonucudur. Gerek iş kurma gerekse iş geliştirme konusunda “yeni fikir-buluş”, çok az girişimci tarafından başlatılmaktadır. Kadın girişimciler, başarılarını artıran hususlar arasında “insan ilişkileri” (6 kadın), “çalışanların işyerine bağlılığı” (2 kadın) ve “ucuza mal etme” (1 kadın) gibi hususlardan da söz etmişlerdir.

2.2.2.6.Kadın Girişimcilerin Başarısını Sınırlandıran Faktörler

Kadın girişimcilerden, ayrıca, işletmelerinin başarılarını sınırlandıran en önemli üç nedeni belirtmeleri istenmiştir. Çizelge 7, bu hususları göstermektedir. Kadın girişimciler, iş başarılarını sınırlandıran en önemli üç hususu, “makro ekonomik nedenler”, “finansal yetersizlikler” ve “haksız rekabet” olarak belirtmişleridir. Bunlardan makro nedenler arasında, ekonomik krizler, enflasyon, talep durgunluğu gibi hususlar sayılmıştır. Finansal sorunlar, gerek faaliyetlerin yürütülmesinde gerekse büyümenin önündeki en büyük engellerden biri olarak ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 7: Kadın Girişimcilerin Başarılarını Sınırlandıran Hususların Dağılımı (n:194)

İş Başarısını Sınırlandıran Hususlar	Önem dereceleri			A.Puan ve Oran		Önem Sırası
	1.	2.	3.	A.Puan	A.Oran	
Finansal yetersizlikler	60	36	28	280	24,1	2
İş ahlakı sorunu	8	21	44	110	9,5	4
Yanlış kuruluş yeri	7	8	17	54	4,6	7
Ailevi nedenler	10	10	21	71	6,1	6
Makro ekonomik nedenler	83	70	24	419	36,0	1
Haksız rekabet	12	38	37	149	12,8	3
Diğer	12	11	23	81	7,0	5
Toplam	194	194	194	1164	100,0	

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)*100

Kadın girişimcilerin haksız rekabetle ilgili en sık dile getirdikleri uygulamalar, “yapılan bir iş bağlantısının rakiplerce daha düşük fiyat verilerek bozulması”, “meslek odalarının belirlediği fiyatlara uymama”, “söylenti yayarak karşı firmayı karalama” şeklindeki davranışlardır.

İş (ticari) ahlakı ile ilgili sorunlar arasında; alacakların zamanında tahsil edilememesi, tahsilatın yapılamaması, sözde durulmaması en sık dile getirilen hususlardır. Ayrıca, esnaflar arasında dayanışma ve işbirliği yerine çekememe, karalama ve söylenti yayma gibi haksız rekabete de neden olabilecek ahlaki sorunlardan da bahsedilmektedir.

Kadının başarısını sınırlandıran ailevi nedenler, kadına özgü bir sınırlamadır. Kadınlar, bir taraftan, işlerini yürütürken; diğer taraftan, kadınlık rollerini de yerine getirmek, sosyal beklentilere yanıt vermek durumundadırlar. İşini aile sorumlulukları ile bağdaştırma güclüğü, ailenin kadını “iş kadını” olarak kabullenememesi durumunda daha ağır yaşanmakta, bu da iş başarısını sınırlandırabilmektedir. Kadınlık rollerinde aksamalar olduğunda, yakınmalar başlamakta; bu ise, kadın girişimcileri vicdanen rahatsız edebilmektedir. Kadın girişimcilerin mikro ölçekte kalmalarının nedenlerinden biri de, bu olabilir.

Yanlış kuruluş yeri seçimi, kiraların yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Başlangıç sermayesinin sınırlı olması, yanlış kuruluş yeri seçimine neden olmakta, yanlış kuruluş yeri seçimi de, birikimi sınırlandırmakta hatta iş yerinin devamlılığını tehlikeye düşürmektedir. Araştırmada veri toplama aşaması bittikten sonra, bazı işyerlerinin sırf bu nedenden dolayı kapandığı görülmüştür.

İşteki başarıyı sınırlandıran diğer nedenler arasında; rakip sayısının fazlalığı, personel sorunları, toplumdaki kadınlar hakkındaki değer yargıları, kira yüksekliği ve bilgi eksikliği gibi konularda dile getirilmiştir. 18 kadın girişimci bilgi eksikliğinden, 15 kadın ise toplumun kadınlar hakkındaki

olumsuz değer yargılardan söz etmiştir. Kadınlar, daha çok iş yaşamı, finansman sağlanması ve kullanılması, resmi kurumlarla ilişkilerin yürütülmesi, satın alma konularında bilgi eksikliği duymaktadırlar.

Kadın girişimcilere ayrıca, yeni yatırım yapıp yapamadıkları sorulmuş; %70'i, birikim sağlayamadıkları için yatırım yapamadıklarını belirtmiştir. Bunun en önemli nedenini, makro ekonomik koşullara, özellikle de üst üste yaşanan 2000 Kasım-2001 Şubat ekonomik krizlere dayandırmaktadırlar. Ayrıca, maliyetlerin sürekli değişmesi, satışların düşmesi, alacakların zamanında tahsil edilememesi, sermaye birikimini zorlaştıran hususlardır. Yeni yatırım yapanlar, bunu makine, araç-gereç alımı; şube açma; yeni ve daha büyük bir işyerine taşınma; satılan ürün çeşidini artırma gibi yollarla yaptıklarını belirtmişlerdir.

2.2.2.7.Kadın Girişimcilere Göre Gelişmeleri ve Güçlenmeleri İçin Öneriler

Mersinde faaliyet gösteren kadın girişimcilere, Türkiye’de kadın girişimci sayısını artırmak ve kadın girişimcilerin gelişimini sağlamak için neler yapılması gerektiği konusunda fikirleri sorulmuştur. Çizelge 8, bu fikirlerin dağılımını göstermektedir. Kadınlardan 6’sı, kadın girişimciliğin geliştirilmesi yolunda hiçbir şey yapılmayacağını beyan etmiştir.

Çizelge 8: Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesi İçin Öneriler (n:194)

Öneriler	f	%
Kadın girişimcileri destekleme merkezi kurulmalıdır	107	55,1
“Girişimci ruhunu” körelten geleneksel yetiştirme tarzı terk edilmelidir	117	60,3
Erkeklerin kadınlara bakış açıları, eğitim ile, değiştirilmelidir	84	43,3
Devlet kadın girişimciliği destekleyen ve teşvik eden politikalar uygulamalıdır	133	68,6

NOT: Birden fazla seçenek işaretlendiği için toplam %100’ü aşmaktadır.

Kadın girişimcilerin çoğunluğu (%68.6), sayılarının artırılabilmesi ve gelişmelerinin sağlanabilmesinin öncelikle devletin destekleyici politikalarına bağlı olduğu görüşünde birleşmektedirler. Kadınların önemli bir kesimi de, kadın girişimcileri destekleme merkezi kurulmasını önermektedir. Ancak, bazı kadınlar, böyle bir merkez kurulsa bile, işbirliğini sağlamadaki sorunlar nedeniyle başarılı olamayacağını, dolayısıyla, kadınların kendi kendilerini geliştirmeleri gerektiğini dile getirmişlerdir.

Mersin’deki kadın girişimcilerin %60’ı, “girişimcilik ruhunu körelten geleneksel yetiştirme tarzı terk edilmelidir” fikrini desteklemektedir. Bu kadınlara göre; geleneksel yetiştirilme tarzı, kadını cinsiyetçi rollerine hapsedmekte, yaşam alanını çembere almaktadır. Girişimcilik ruhu, her insanda olmayan bir yetenektir. Kadınlar içerisinde de var olabilecek bu yeteneğin ortaya çıkması için, fırsat eşitliği tanınmalıdır. Kadınlara biçilen rolün yeniden

üretilmemesi, yetişkinlerin (kadın-erkek) eğitilmesi gereğini ortaya koymaktadır. Nitekim kadınların %43'ü, “erkeklerin kadınlara bakış açıları, eğitim ile, değiştirilmelidir” görüşünü desteklemektedir.

2.2.2.8.Girişimci Olduktan Sonra Kadının Değişen Konumu

Araştırmanın uygulama aşamasında, yüz yüze görüşmeler sırasında, kadınlar, girişimci olduktan sonra, toplumdaki konularının değiştiğinden bahsetmişlerdir. Sık karşılaşılan bu durum nedeniyle, anket uygulamasının yarısından sonra, 100 kadına “işyeri açtıktan sonra, toplumun ve ailenizin size bakış açısı değişti mi” sorusu yöneltilmiş ve varsa, değişen durumların belirtilmesi istenmiştir. Açık uçlu bu sorudan elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi sonunda yanıtlardan ikili bir sınıflama yapılabilmektedir. İlki, girişimciliğe başladıktan sonra kadının kendisine bakış açısının değişmesi; ikincisi ise, girişimciliğe başladıktan sonra aile ve toplumun kadına bakış açısının değişmesidir.

Çizelge 9: Girişimciliğe Başladıktan Sonra Aile ve Toplumun Kadına Bakış Açısı

DEĞİŞİM	N	Oran
OLUMLU DEĞİŞTİ	96	83,5
- Güven artışı	28	24,3
- Saygı ve itibar artışı	40	34,8
- Taktir edilme	16	13,9
- Söz sahibi olma (Fikrinin alınması)	12	10,4
DEĞİŞMEDİ	4	3,5
OLUMSUZ DEĞİŞTİ	15	13,0
- Kocanın kıskanması	6	5,2
- Çevrenin Kıskanması	9	7,8
Toplam	115	100,0

Kendisine olan bakış açısının olumlu yönde değiştiğini belirten 95 kadın girişimcinin yanıtları dört temaya ayrılabilmiştir. Bunlar; yeteneklerin keşfedilmesi, yeni bilgi ve beceriler edinme, özgüven artışı ve çevrenin genişlemesi şeklinde belirlenmiştir. Yeteneklerin keşfi; neleri yapıp yapamayacaklarının, güçlü ve zayıf yönlerinin farkına varılması olarak betimlenmektedir. Yeni bilgi ve beceriler edinme ile, ticari hayat, müşteri ve işletmecilik kavramları hakkında edindikleri bilgi ve beceriler kastedilmektedir. Özgüven artışı; kendilerine olan güvenle ilgiliyken çevrenin genişlemesi müşteri, esnaf ve sosyal çevrenin artmasıyla ilgilidir. Diğer 5 kadın girişimci çok yorulduğu ve stres altında kaldığı gerekçesi ile olumsuz değişikliğe işaret etmiş, ev hanımı olmayı tercih ettiğini belirtmiştir.

Çizelge 9'dan da izlenebileceği gibi, aile ve toplumun bakış açısına ilişkin verilen yanıtlar; olumlu, olumsuz ve değişmedi şeklinde kodlanmış ve kelime tekrar sayısından yüzdeler hesaplamaları yapılabilmektedir. Olumlu değişikliğe işaret eden yanıtlar; güven artışı, saygı ve itibar artışı, takdir edilme, söz sahibi olma temalarında toplanmıştır. Değişmedi diyenler, bunu, daha önceden de çalışma hayatlarının olmasına bağlamaktadırlar. Olumsuz değişti diyenlerin yanıtları ise, iki tema altında toplanabilmektedir. Bunlar; koca ile çevrenin kıskanmasıdır. Koca kıskançlığı, kendisinin başarılı olması ile açıklanırken; çevrenin kıskançlığı, yine başarılı olması nedeniyle, akraba ve dostların uzaklaşmaları ve kocasına çalıştırılmaması yönünde yapılan baskıların artması şeklinde yorumlanmaktadır. Bu kıskançlıkların ailede gerilimi artırdığı da, üzümlere belirtilen bir sonuçtur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Mersin'de faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre; iş yaşamını etkileyen faktörlerden en önemlileri şu şekilde ortaya çıkmıştır: Kişilik özelliklerinden; özgüven, dürüstlük, risk üstlenme ve cesaret belirtilmektedir. Bilgi ve becerilerden; iş yaşamını, insan ilişkilerini, pazarlama ve satış bilme sıralanmaktadır. Özellikle, verimlilik ve kalite artırma, iletişim, finansman ve satın alma konularında eğitilmiş olmaları önerilmektedir. Kaliteli iş yapma, disiplinli çalışma ile yenilikleri ve gelişmeleri izleme başarıyı artıran unsurlar olarak görülürken; makro nedenler, finansal yetersizlikler ve haksız rekabet başarıyı sınırlandıran en önemli faktörler olarak ifade edilmektedir. Bu faktörler, erkek girişimciler için de kuşkusuz en önemli sorunlardır. Ancak, yüz yüze yapılan görüşmelerde kadınların bu sorunları çok daha ağır yaşadıkları ve bu sorunlarla nasıl baş edebileceklerini bilmedikleri görülmüştür. İşletmecilik bilgisi ve iş yaşamı deneyimlerinin eksik olması, ev içi sorumlulukları bunun en önemli nedenleri olarak gösterilmiştir.

Kadın girişimcilerin geneli, gelişmelerinin kendi kişisel çabalarıyla ilgili olduğunu kabul etmektedirler. Fakat çok yeni oldukları ticari hayatta, güçlenebilmeleri ve gelişebilmeleri için devlet teşviki ile kendilerince kurulacak bir destek merkezinin olumlu katkısının olacağını düşünmektedirler. Geleneksel yetiştirilme tarzının cinsiyetçi iş bölümünü perçinleştirdiğini, bunun da yeteneklerini sınırlandırdığını belirtmektedirler. Kız çocuklarına da erkek çocukları kadar şans verilmesi ve yetişkin erkeklerin bakış açısının eğitimle değiştirilmesini, iş kadını olarak kadınların kabulünü kolaylaştırabileceği düşünülmektedir. İş kadını olmak, kendisi ve toplum nazarında kadının değerini artırmakta, statüsünü yükseltmektedir.

Kadın girişimcilerin başarılı olmaları ve gelişimlerini sağlamak için gelişmiş ülkelerin örneklerinden de yola çıkılarak, yapılabilecekler konusunda şunlar önerilebilir:

1-Birçok ülkede, politikacıların kadınların iş dünyasındaki sorunlarına eğildikleri görülmektedir. Geliştirilen politikalar kadın girişimcilere eğitim olanağı verme, bilgilendirme ve pazarlara girişi sağlamaya dönüktür. Örneğin; ABD’de, “iş dünyasında kadın inisiyatifi örgütü”, kadın girişimcilere deniz aşırı ülkelerle temasa geçmelerini sağlamakta ve ayrıca, onlara ihracat konularında bilgi vermektedir. Avustralya’da ise hükümet, kadınları ulusal ve uluslar arası düzeyde ticaret yapmaları için teşvik etmektedir. Ayrıca, başarılı ihracatçı iş kadınlarını örnek rol modeli oluştursunlar diye desteklemektedir (OECD 1998: 30). Türkiye’de de benzer politikaların uygulanması büyük önem taşımaktadır. Kalkınmada kadın gücünden ve potansiyelinden yararlanabilmek, kaynakların israf edilmesini önlemek ve doğru kararlar alınmasını sağlamak için “yönlendirme”nin dahi önemli bir destek olduğu unutulmamalıdır. Bu amaçla, KOSGEB, İGEME, Halk Bankası gibi KOBİ’leri destekleyen kurumlarda, ayrıca kadın girişimcileri yönlendirecek ve bilgilendirecek masalar oluşturulabilir. Yerel düzeyde Esnaf ve Sanatkarlar Odasına bağlı bir kadın girişimci masası, kadın girişimcilerle birebir ilişkiye geçerek sorunların çözümüne, bilgi ve danışmanlık gereksinimine yardımcı olabilir.

2-Kadın girişimci sayısının yüksek olduğu ülkelerde (örneğin; Kanada %42, ABD %40, Avustralya %31, Meksika %36), devlet teşvik politikalarının yanı sıra, kadın girişimcileri destekleyen örgütlerin de bulunduğu görülür. Örneğin; 1995’de Avustralyalı İş Kadınları Konseyi (ACOB) kurulmuştur. Konseyin amacı, kadın girişimcilerle ilgili politikalar geliştirmek, lobicilik yapmak, ilgili bilgi ve araştırmaları yayınlamak ve başarılı iş kadınlarını teşvik etmektir. Amerika Birleşik Devletleri’nde Uluslararası Özel Girişim Merkezi (CIPE), kadınlar için işletme eğitimi programları düzenleyerek, iş dünyasındaki güçlerini artırmayı hedeflemektedir. Hindistan’da kurulan Karnataga Kadın Girişimciler Birliği (AWEKA), başarılı kadın girişimcilerin gönüllü çabalarına dayalı olup; eğitim ve danışmanlık desteği vermektedir (OECD 1998: 30). Türkiye’de 2002 yılında, Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) kurulmuştur. Ancak, yerel düzeyde kadın girişimcilerin sorunlarına eğilmede yetersiz kalmaktadır. Mersin’deki kadın girişimcilerin yarısı, böyle bir merkezin kurulmasına sıcak bakmaktadır. Kadınlar, özellikle yeni iş alanları, finans olanakları konusunda yönlendirilme ihtiyacı duymaktadırlar. Yerel düzeyde kurulacak bir merkez ya da dernek, bu ihtiyaca yanıt verebileceği gibi, girişimci kadınların kendi aralarında bilgi ve fikir alışverişini yapabilmelerine de olanak sağlayabilir.

3-OECD'ye üye ülkelerde, kadınlar için geliştirilen stratejiler, özellikle kadın girişimciler üzerinde odaklanmakta ve onların işletmecilik becerilerini geliştirmeye yönelmektedir. Kadın girişimcilerin güçlenmesi, politik, ekonomik ve sosyal yeniliğin kaynağı olabilir (OECD 1998: 20). Türkiye'de de bu doğrultuda politikalar belirlenerek, kadınlar, ekonomik hayatın içine dahil edilmelidirler. Kadın girişimcilere, temel ekonomik ve işletmecilik kavramlarına, yönetim becerileri ve bilgi teknolojilerine aşinalık sağlayacak bir içerikte eğitim verilmelidir. "Eğitime ilgi nasıl uyandırılabilir?" sorusu, araştırmacının da merak ettiği ve tartışılmasını istediği bir konudur. Yaygın eğitimler basit, anlaşılır, ucuz, ulaşılabilir ve uygun saatlerde olmalıdır. Başta TV ve radyo dizi ve programları, kolayca okunan dergi ve kitaplar, video kasetler ve internet gibi araçlardan kadınları özendirme, bilgilendirme, yüreklendirme ve yol göstermede yararlanılabilir. Aile içi öğretimi, daha sonraki eğitimlerle değiştirmek ya zordur ya da yavaş olabilmektedir. O nedenle, yetişkinlerin anlayışlarını değiştirmek, devlet eliyle yürütülebilecek bir yetişkin eğitimi seferberliği gerektirmektedir.

4-Türkiye Halk Bankası, "Kadın Girişimcileri Destekleme Kredisi" uygulamasını güncelleştirmeli ve devlet bu krediye belli oranda sübvansiyon sağlamalıdır. Kredi alma koşulları da hafifletilmelidir. Gayrimenkul ipoteki ile değil, proje bazında kredi verme yolu düşünülmelidir. Ayrıca, banka kredilerinde, kadın girişimcilerin finansman gereksinimleri için uygun şartlarda "Kadın Girişimci Kotası" uygulanmalıdır. Bu finansman olanakları ve koşulları, Esnaf ve Sanatkarlar Odası tarafından kadın girişimcilere duyurulmalı ve yararlanmak isteyenler yönlendirilmelidir.

5-Kadınların işe ayırdıkları zaman, erkeklere göre daha kısadır. Bunun nedeni, işin yanında ailevi yükümlülüklerle de zaman ayırma zorunluluğudur. Koca ve ailenin en önemli desteği, ev içi işlerin ve sorumlulukların paylaşılması olacaktır. Girişimci kadına, özellikle, kuruluş sermayesi temini, araç-gereç-makine-mal tedariki ile işin idaresi ve yasal işlemlerin yerine getirilmesinde eş, baba, kardeş destek sağlamaktadır. Kadının bu alandaki bilgi ve deneyim eksikliğini gidermesi için, koca ve babanın "öğretici" olmaları, diğer en önemli destekleme yoludur. Bu kadının güçlenmesine ve bağımsız hareket edebilmesine katkıda bulunacaktır.

6-Girişimciliğe verilen teşvik ve desteklerin başarılı olması, önemli ölçüde makro gelişmelerle de ilgilidir. Politik ve ekonomik istikrarın sağlanması, faiz ve enflasyon oranlarının düşürülmesi, vergi sisteminin yeniden yapılandırılması, kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınması, bürokrasinin etkinleştirilmesi ve sadeleştirilmesi, kamu kaynaklarının kötüye kullanımının engellenmesi, kayırmacılık, rüşvet ve yolsuzluklara savaş açılması, girişimcilik cesareti gösteren kadın ve genç insanların sağlam zemin üzerinde iş yapmalarını

ve rekabeti sağlamalarını olanaklı hale getirecektir (TÜSİAD 2002: 23-24). Nitekim, KOBİ'ler üzerine yapılan bir araştırmada, başarıyı sadece girişimciye veya işletmesine özgü koşulların (sermaye ve kalifiye eleman yetersizliği, haksız rekabet gibi) değil, aynı zamanda makro koşulların (Enflasyon, durgunluk, krizler, yüksek faiz, yüksek vergi ve SSK primleri gibi) da belirlediği ortaya çıkmıştır (Akıncı 2002: 124). Makro olumsuzluklar, ticari deneyimi ve bilgisi sınırlı olan kadınlar için zaten riskli olan iş kurmayı, daha da riskli hale getirmektedir.

Öz olarak; iş hayatında kadınların daha etkili olabilmeleri ve toplumda edilgen, bağımlı ve ikincil konumdan çıkabilmeleri, kadının kendisinin, toplumun ve devletin birlikte çabasını gerektirmektedir. Kadın, eksik olduğu konularda kendini yetiştirmelidir. Toplum, kadını engelleyici değil destekleyici olmalıdır. Devlet girişimcilerin başarılı olması için makro ekonomik koşulları ve istikrarı sağlamalı, ayrıca, girişimciliğin ve kadın girişimciliğin gelişimini sağlayacak, yetişkinlerin kadına bakış açısını değiştirecek sürekli eğitim politikaları izlemelidir. Üniversiteler de, kadın girişimcilere dönük araştırma ve eğitim faaliyetleri ile yol göstericilik rolü üstlenebilirler. Ayrıca, bazı üniversitelerde olduğu gibi, kadınların sorunlarını araştırmaya ve çözümlerine katkı sağlamak amacıyla merkezler kurabilirler. Kadını geride bırakmak, toplumu geride bırakmak demektir. Kadının güçlenmesi ve başarılı olması, ekonominin, toplum ve aile refahının güçlenmesi olarak algılanmalıdır.

KAYNAKÇA

1. Aktan, O. (1996) **Türk İş Adamı ve İşletmesi**. Gündoğan Yayınları, Ankara.
2. Akıncı, A. (2002) Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Başarı ve Başarısızlık Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. **ÖNERİ Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi**, Ocak, Sayı 17, Cilt 5, Yıl 8.
3. Akıncı, A. (24-26 Mayıs 2001) “Mersinde Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Boy İşletme Sahip ve Yöneticilerin İş Ahlakı İle İlgili Görüşleri” **9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler** İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi
4. Akyol, T. (1993) “Sunuş” yazısı. **Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli**, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi Yayın no:74, Ankara: 36.

5. Arat, N. (1993) **Türkiye’de Kadın Girişimcilik**. TES-AR yayımları No:7, Ankara.
6. Arslan, K. (2002) “Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri” **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Temmuz 6: 6
7. Carter, N.M., Gartner, W.B., Shaver, K.G. ve Gatewood, E.J. (2003) “The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs”, **Journal of Business Venturing**, Cilt 18
8. Çakıcı, A. (2003) Mersin’deki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler. **11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi**, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon
9. Çakıcı, A (2002) **Mersinde Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sorunları ve Beklentileri** Mersin Üniversitesi Yayınları; No:9
10. Çelebi,N.(1993) “Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar” **Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli**, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi Yayın no:74, Ankara: 36.
11. Çetin, C. (1996) **Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi**. Der Yayınları, İstanbul.
12. Dolgun, U. (2003) **Girişimcilik**. Alfa Basım-Yayım Dağıtım Ltd. Şti. İstanbul.
13. Ecevit, Y. (1993) “Kadın Girişimciliğinin yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi” **Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli**, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi Yayın no:74, Ankara: 15.
14. European Commission. (2002) **Good Practices in the Promotion of Female Entrepreneurship, Examples from Europe and other OECD Countries**.
15. Eyüboğlu, D. (2002) “Türk Girişimcisi Üzerine” **II.Ulusal Orta Anadolu Kongresi**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara
16. Foundation of Canadian Women Entrepreneurs ve Business Development Bank of Canada (2004) **Best Practices for Woman Entrepreneurs in Canada**. Kartini International Consulting Inc.Mayıs, Toronto, Kanada
17. Gökakın, Z.. (2000) “90’lı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Girişimci Kadın Profili” **8.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi**, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir
18. Gürol, A. (2000) **Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunları, Beklentiler ve Öneriler**. Atılım Üniversitesi yayını-2, Ankara.

19. Koray, M., Demirbilek, S. ve Demirbilek, T. (1999) **Gıda İşkolunda Çalışan Kadınların Koşulları ve Geleceği**. T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü: 2. Ankara.
20. Kutanis, Ö.R. (2003) “Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler” **11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi**, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon
21. Müftüoğlu, T. (1997) **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler**. 4. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara.
22. Müftüoğlu, T. (2000) **Girişimcilik**. Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın no:18, Eskişehir.
23. OECD. (26 Ağustos 1998) “OECD Conference on “Women Entrepreneurs in SMEs: A Major Force in Innovation and Job Creation” Syentthesis”. Konferans rapor özeti http://www.oecd.org/document/37/0,2340,en_2649_34197_1809765_1_1_1_1,00.html
24. Şahsüvar, A. (7-8 Mayıs 2003) “Girişimcilik ve Kendi İşini Kurma” Konferansı, Mersin Üniversitesi
25. Sayın, M. ve Fazlıoğlu M. A.(1997) **Avrupa Birliği’nde KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları**, 2.Baskı, KOSGEB Avrupa Birliği Merkezi, Ankara, Haziran.
26. Titiz, T. (1998) **Genç Girişimcilere Öneriler**. İnkilap Kitabevi, İstanbul.
27. **Türkiye Halk Bankası**. 2003. Halk Bankası Kredileri Dosyası.
28. TÜSİAD (2002) **Türkiye’de Girişimcilik**. Yayın No:TÜSİAD-T/2002-12/340, Aralık.
29. Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005) **Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi**. Detay Yayıncılık, Ankara.

İnternet Kaynakları

30. <http://www.die.gov.tr/tkba/t143.xls> - erişim tarihi: 6.2.2005
31. <http://www.die.gov.tr/tkba/t156.xls> - erişim tarihi: 6.2.2005