



# KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE GENEL BİR BAKIŐ



**Semra GÜNEY \***

## ÖZET

Bu çalışmada, kadın girişimciliği kavramı konusunda teorik bir durum değerlendirilmesi yapılmakta ve ülkemizde kadın girişimciliğinin geliştirilmesine ilişkin bazı önerilerde bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın girişimciliği, mevcut durum, özellikler, sorunlar, öneriler.

## ABSTRACT

The aim of this study is to discuss the subject of women entrepreneurship in theoretically base and give some advices in order to develop women entrepreneurship in Turkey.

**Keywords:** Women entrepreneurship, current status, characteristics, problems, suggestions.

## 1.GİRİŐ

Girişimcilik konusundaki araştırmalara bakıldığında, girişimciliğin çeşitli boyutlar temelinde incelendiği gözlenmektedir. Bu boyutları endüstri, ölçek, bölge, yaş, sermaye (emek) yoğunluğu, yüksek ya da düşük teknoloji, yaşam eğrisi

\* Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

aşaması, toplumsal cinsiyet rolleri, kişilik türü, vb. olarak örneklendirmek mümkündür (Gundry ve Welsch , 2001: 454).

Toplumsal cinsiyet rolleri üzerine girişimcilik boyutunda yapılan çalışmalarda daha çok erkek girişimcilerin araştırıldığı kabul edilmesi gereken bir gerçektir. Bununla birlikte, günümüzde sosyal, teknolojik ve endüstriyel değişimler daha çok sayıda kadının iş yaşamında yer almaya başlamasına neden olmaktadır. Gerek bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde bilgiye ulaşmanın kolaylaşması gerekse eğitim alan kadın sayısındaki artışlar, kadınların çalışma yaşamının her alanında daha sık görülmesi sonucunu doğurmuştur. Bu anlamda girişimcilik, kadınlar için en cazip kariyer alanlarından birisini oluşturmaya başlamıştır.

Her ne kadar bazı araştırmacılara göre kadın girişimciliği ve erkek girişimciliği arasında, doğası ve sorunları bağlamında suni bir ayırım yapıldığı iddiası mevcutsa da, kadınların hem tüm dünya ülkelerindeki hem de ülkemizdeki düşük statülerini geliştirmek ve kadın girişimciliğini özendirmek adına bu konunun ayrı bir biçimde incelenmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu makalede kadın girişimciliği kavramı tanımlandıktan sonra, kadın ve erkek girişimcilerin farklılıkları ortaya konmuş ve kadın girişimciliğine ait bazı sayısal bilgiler verilmiştir. Kadın girişimcilerin başarı sıraları ifade edildikten sonra, karşılaştıkları sorunlar üzerinde durulmuş ve sonuç bölümünde ülkemizdeki kadın girişimciliğinin gelişimini sağlayacak bazı önerilere yer verilmiştir.

## **2.GİRİŞİMCİ KADIN KAVRAMI**

Son yıllarda yönetim literatüründe ve medyada sıklıkla ele alınan konulardan birisi de kadın girişimciliğidir. Kadın nüfusunun erkek nüfusuna oranı göz önüne alındığında, böylesine bir gücün çalışma hayatına ve özellikle de girişimcilik alanına verebileceği katkıların göz ardı edilemeyecek kadar önemli olduğu kolaylıkla anlaşılabilir. İş yaşamının çetin koşulları içerisinde iş kuran ve kurduğu işi yöneten kadın girişimciler, sadece kendi gelirleri ve kariyerleri için çalışmış olmayacak, aynı zamanda ülke ekonomisine ve toplum refahına da sınırsız faydalar sağlayacaktır. Burada öncelikle girişimcilik, girişimci ve kadın girişimciliği kavramlarının tanımlanması, daha sonra tartışılacak konuların anlaşılması açısından oldukça önemli olarak kabul edilmektedir.

**Girişimcilik** kavramı, Fransızca'da “**entreprendre**” ve Almanca'da “**unternehmen**” sözcüklerinden türetilen ve Türkçe'de “üstlenmek” anlamına gelen bir fiili ifade eder. Gerçekten de girişimci, bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişidir (Arıkan, 2004: 45).

**Girişimcilik**, fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türüdür (Krueger, Reily ve Carsrud, 2000: 411). Bir fırsatı yakalama ve değerlendirme için kaynakların bir araya getirilmesi ile oluşan bir değer yaratma sürecidir (Morris ve Davis, 1994: 65). Niyet, kaynak, sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak yeni birleşimler yaratma sürecidir (Gundry ve Kickul, 1996: 334-350). Daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır (Brazeal, 1999). Daha önce rutin, sıradan iş süreçlerinde yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır (Kuratko ve Hodgetts, 1995: 6).

Bir **ekonomist** açısından girişimci, kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getiren ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan bir kişiyi ifade ederken; bir *psikolog* için girişimci bir şey elde etmek veya bir şeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin elindeki otoriteyi almak ihtiyacında olan ve bu tür güdülerle güdülenen insanlar anlamına gelir. Bir *işadamı* için ise, bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi, bir müşteri, bir müttefik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışan bir kişi olarak da ifade edilebilir (Hisrich ve Peters, 1998: 9).

Girişimci kadın tanımını da, aşağıdaki sınırlandırmalar içerisinde yapmak mümkündür (Ecevit, 1993: 20):

- Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir veya birkaç işyeri olan;
- Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran;
- Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran;
- İşi ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran;
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır.

Bazı teorisyenlere göre kadın ve erkek girişimciliği arasında reel bir ayırım yapmak çok anlamlı kabul edilmemekle birlikte, diğer bazı araştırmacılar kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıkları ortaya koymuşlardır. Aşağıda yer alan bölümde, kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklara değinilmektedir.

### 3.KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLER ARASINDAKİ FARKLAR

Kadın ve erkek girişimciler arasında benzer noktalar bulunmasına karşın, dikkate değer farklılıklar da göze çarpmaktadır. Aşağıda, cinsler arasındaki farklılıkları içeren bir tablo yer almaktadır:

**Tablo 1: Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması**

KATEGORİLER	AÇIKLAMALAR
<b>KİŞİSEL KATEGORİLER</b>	Arada farklar olmakla birlikte, bunlar girişimci olmayanlar ile karşılaştırıldığında çok küçüktür.
<b>DENEYİM</b>	Pek çok araştırma, kadınların işlerini kurmadan önce o alanda erkeklere göre daha çok doğrudan deneyim edinmiş olduklarını göstermiş; aynı zamanda kadınların işlerini kurduktan sonra erkeklere göre o iş için haftada daha az vakit ayırdıkları tespit edilmiştir.
<b>HEDEFLER</b>	Kadınlar erkeklere göre işin yaşam tarzına daha çok, karlılığına ise daha az önem vermektedir.
<b>İŞ FAKTÖRLERİ</b>	Kadınlar, daha küçük ve daha rutin iş alanlarında iş kurmaktadır. Bir çalışmada bunun nedeninin çevresel engeller olduğu belirtilmiştir.
<b>ÇEVRESEL FAKTÖRLER</b>	Burada, kadın ve erkekler girişimciler arasında kesin bir farklılık söz konusudur. Tüm araştırmalar, mali kaynak konusunda banker ve diğer mali araçlarla etkileşimde kadınların özel sorunları olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda kadın girişimciler, erkeklere oranla daha çok perakende ticaret ve hizmet sektöründe yoğunlaşmaktadır.

Kaynak: Çelebi, 1997: 21.

Bu konudaki diğer bir karşılaştırma da, Hisrich ve Peters tarafından gerçekleştirilmiştir:

**Tablo2: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar**

ÖZELLİKLER	ERKEK GİRİŞİMCİLER	KADIN GİRİŞİMCİLER
<b>Motivasyon</b>	*İşleri bitirme sonucu elde edilen başarı *Kişisel bağımsızlık *Kontrolü elde bulundurmaktan kaynaklanan iş tatmini	*Bir amacı gerçekleştirmekten dolayı elde edilen başarı *Bir işi yalnız yapmaktan kaynaklanan bağımsızlık
<b>Hareket Noktası</b>	*Mevcut işten duyulan tatminsizlik *Okulda ve mevcut işte yeni işle ilgilenmiş olma *İşten çıkarılma ya da işi bırakma Bir şeyler elde etme isteği	*İşten kaynaklanan hayal kırıklığı *Alandaki fırsatı görme
<b>Fon Kaynakları</b>	*Kişisel varlık ve birikimler *Bankalar *Yatırımcılar *Arkadaş ve aileden alınan borçlar	*Kişisel varlık ve birikimler *Kişisel borçlar
<b>Mesleki Geçmiş</b>	*Ücretli iş deneyimi *Tanınmış bir uzman veya o alanda büyük başarılar kazanmış biri olmak *Çeşitli iş alanlarında uzman olma	*İş alanında deneyim *Alanda orta düzey yönetici olmak *Hizmet sektöründe iş geçmişi
<b>Kişisel Özellikler</b>	*İkna edici olmak *Amaç odaklı olmak *Yenilikçi ve idealist olmak *Yüksek düzeyde özgüven sahibi *Şevkli ve enerjik olmak *Kendi kendisinin patronu olma zorunluluğu	*Esnek ve toleranslı olmak *Amaç odaklı olmak *Yaratıcı ve gerçekçi olmak *Orta düzeyde özgüven sahibi *Şevkli ve enerjik olmak *Sosyal ve ekonomik çevre ile uğraşabilme yeteneğine sahip olma
<b>Özgeçmiş</b>	*25-35 yaş arasında işletme kurma *İş sahibi bir babasının olması *Üniversite mezunu olmak *Ailenin ilk çocuğu olmak	*35-45 yaş arasında işletme kurma *İş sahibi bir babasının olması *Üniversite mezunu olmak *Ailenin ilk çocuğu olmak
<b>Destek Grupları</b>	*Arkadaş, avukat, muhasebeciler *İş dünyasından arkadaşlar *Eş	*Yakın arkadaşlar *Eş ve aile *Profesyonel kadın grupları
<b>Kurdıkları İlk İş Türü</b>	*Üretim ya da inşaat	*Hizmet sektörü

Kaynak: Hisrich ve Peters, 2002: 76.

#### 4.KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN YAYGINLAŞMASININ NEDENLERİ

Kadınlar işgücüne değişik şekillerde katılabilirler. Bununla birlikte, gerek Türkiye'de gerekse tüm dünyada cinsiyet-rol stereo tiplerinin de etkisi ile kadınların iş yaşamına katılımı belli mesleklerde yoğunlaşmıştır. Kadınlar daha çok hemşirelik, öğretmenlik, kütüphanecilik ve sekreterlik gibi mesleklerde yoğun olarak çalışırken; doktorluk, mühendislik, avukatlık ve yöneticilik gibi meslekler de erkek mesleği olarak kabul görmüştür.

Türkiye'deki kadınların daha çok tarım sektöründe, ikinci olarak da sanayi ve hizmetler sektörlerinde yoğunlaştıkları gözlenmektedir. Kadınların erkek mesleği olarak kabul edilen alanlarda yaygın görülmemesinin belki en önemli nedeni, bazı mesleklere girişin kadınlara açık olmamasıdır. Örneğin müfettişlik, Türkiye'de kadınların sınırlı sayıda katıldığı bir meslektir.

Bunun yanı sıra, kadınların bazı mesleklere girişi erkeklere oranla oldukça yenidir. Örneğin yöneticilik mesleği, kadınların son yıllarda yer almaya başladığı bir alandır. Kadınların daha çok ilk kademelerden yöneticilik mesleğine girdikleri düşünülecek olursa, üst düzeydeki düşük katılımları bir sürpriz olarak karşılanmayacaktır.

Kadınların bazı mesleklerde sınırlı sayıda temsil edilmesinin bir diğer nedeni de, Türkiye gibi ülkelerde sosyo-ekonomik düzeyi düşük ailelerin, çocuk okutma tercihlerini erkek çocuklardan yana kullanma eğilimi ya da mecburiyetidir. Her ne kadar bu eğilim son yıllarda kısmen değişmeye yüz tuttuysa da, kadınlar yeterli eğitime sahip olmadıklarından bazı prestijli mesleklerde yüksek oranda temsil edilememektedir.

Kadınların girişimcilik mesleğine ilgi duymasının nedenleri, erkek girişimcilerin tercih nedenlerinden hiç de farklı değildir. Günümüzde çok sayıda kadın, kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma, risk almaya yatkınlık, yenilik ve değişiklik arzusunun tatmin etme, vb. şekilde ifade edilebilecek nedenlerden dolayı girişimcilik mesleğini bir anlamda diğer mesleklere "tercih eder" duruma gelmişlerdir.

Literatürde kadın girişimcilerle ilgili çalışmaların, -hala eksiklikler olmasına rağmen- son yıllarda giderek arttığı söylenebilir. Kadınların özellikle ekonomiye olan katkılarının artması ve kurdukları işletme sayısının giderek çoğalması konuya duyulan ilgiyi de artırmıştır (Sexton,1989: 183).

Kadınlara ait girişimlerin giderek çoğalmasını çeşitli nedenlere bağlamak mümkündür. Birinci olarak, sosyo-kültürel altyapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının çalışma hayatına girmesi ve öğretim düzeylerinin yükselmesi; ikinci olarak, yönetimin orta kadrolarında bulunan kadınların, çalıştıkları şirketlerde personel azaltma politikası izlenmesi endişesi ile bir gün işlerini kaybedebilecekleri düşüncesi ve dolayısıyla kendi kendilerinin patronu olmayı arzulamaları; üçüncü olarak, başarılı kadın girişimcilerin sayısının artması ile örnek alabilecekleri kimselerin çoğalması; dördüncü olarak da, birçok işletmede "cam tavan" (glass ceiling) olarak adlandırılan ve kadınların işletmelerde ancak belli bir yere kadar yükselebilecekleri düşüncesinin geçerli olması, yani iş dünyasının hala erkeklerin egemenliği altında bulunmasıdır (Gürol, 2000: 242).

Aşağıdaki bölümde, gerek değişik dünya ülkelerinde gerekse Türkiye’de kadın girişimciliğine ait bazı sayısal bilgiler yer almaktadır.

## 5.KADIN GİRİŞİMCİLER İLE İLGİLİ BAZI BİLGİLER

Hisrich ve ABD Temsilciler Komitesi (House of Representatives Committee) tarafından yapılan çalışmalara göre, 1990’larda kadın girişimcilerin sayısında hızlı bir artış gözlenmiştir. ABD’de kadınlara ait işletmelerin sayısı 1977’de 1.9 milyon iken, bu sayı 1985’te 3.7 milyona ulaşmıştır. 1970’lerden önce, ABD’de kadınlar küçük işletmelerin yüzde 5’den azına sahipken, 1990’larda bu rakam yüzde 28’e ulaşmıştır. ABD’deki 2000 yılı tahminleri, bu rakamın yüzde 50’ye yükseleceği yönündedir. Ancak Hisrich, bu konudaki araştırma sonuçlarının kesin doğru olmayabileceğini vurgulamakta, hatta ABD Nüfus Dairesi tarafından yapılan araştırmaların sonuçlarının farklı olduğunu söylemektedir (Hisrich, 1989: 184).

Küçük işletmelerin ulusal ekonomi içindeki önemi artmaya devam etmektedir. Küçük İşletme İdaresi (Small Business Administration) verilerine göre, Amerika’daki 22 milyon küçük işletme çok önemli bir iş kaynağı olarak fonksiyon yapmaktadır. Kadın İşletme Sahipleri Ulusal Vakfı (The National Foundation for Women Business Owners) raporuna göre, 1987-94 yılları arasında kadınların sahip olduğu işletme sayısı yüzde 78 oranında artarak, tüm firmaların yüzde 36’sını teşkil etme noktasına gelmiştir. Kadın girişimci sayısındaki bu cesaret verici artışa rağmen, erkeklerin kurdukları işletmelerle kıyaslandıklarında, bunların hem gelir hem de istihdam edilen işgören sayısı itibarıyla hala küçük oranlarda oldukları kabul edilmesi gereken bir gerçektir (Anna, Chandler, Jansen ve Mero, 1999: 279).

Gürol (2000: 242), 1994’te ABD’deki küçük işletmelerin 1/3’ünün -yani 6,5 milyon işletmenin-, kadınlar tarafında kurulduğunu belirtmektedir. Ayrıca bunların, Fortune 500’de yer alan firmaların istihdam ettiğinden daha fazla istihdam imkânı yarattığını -yaklaşık 11 milyon kişiye- söylemektedir.

ABD’deki rakamların yanında, küçük işletme sahibi kadınların diğer işletmelere oranı İsveç’te yüzde 28, Fransa’da yüzde 25, Norveç’te yüzde 29, Almanya’da yüzde 25 ve Hollanda’da yüzde 20’dir. Kanada’da ise, bütün küçük işletmelerin 1/3’ü kadınların kurup yönettikleri işletmelerdir (Gürol, 2000: 265-266).

ABD, Kanada ve İngiltere, kadın girişimciliğinin en gelişmiş olduğu ülkeler arasındadır (Ufuk v Özgen, 2001). İsrail’deki durum ise, kısaca şu şekilde özetlenebilir (Lerner, Brush ve Hisrich, 1997: 319-320):



İsrail’de 1980-90’lı yıllarda, çok sayıda kadın iş yaşamına girmiştir ve günümüzde işgücünün yaklaşık yüzde 44’ünü kadınlar oluşturmaktadır. Bununla birlikte, İsrail’de bazı endüstrilerde mesleki ayrımcılık devam etmekte, hatta kadın ve erkekler arasındaki sektörel farklılıklar işletme sahipliği anlamında da kendisini belli etmektedir. İsrail’de hizmet ve perakende sektörlerindeki girişimcilik uygulamalarında, hükümetin desteği söz konusu değildir. Doğal olarak, kadınların sıklıkla yer aldıkları hizmet ve perakendecilik sektörleri, pazarın sponsorluk uygulamalarına kapalı bölgesinde yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda, İsrail’li kadınların 1991-93 yılları arasındaki durumu yer almaktadır:

**Tablo 3: İsraili İşverenler ve İş Sahipleri**

	1991		1993	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
<b>İşverenler</b>	% 7	% 1.4	% 7.3	% 1.3
<b>İş Sahipleri</b>	% 11.6	% 4.3	% 9.3	% 3.8
<b>Toplam</b>	% 18.6	% 5.7	% 15.6	% 5.1

Lerner ve arkadaşlarına göre, İsrail’deki işyeri sahipliği oranı tüm OECD ülkelerinden düşüktür. OECD’nin 1990 yılı İşgücü İstatistikleri, bu oranı sırasıyla Yunanistan için yüzde 17.9 ve Türkiye için yüzde 6.3 olarak belirtmektedir. Bu oranın ileriki yıllarda da düşük kalacağına işaret eden yazarlar, neden olarak kadınların aile ve toplumsal hayatta karşılaştıkları engellerden söz etmektedirler (Lerner ve ark., 1997: 319-320).

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu’nun, OECD verilerini kullanarak hazırladığı işgücü piyasasına ilişkin raporda, Türkiye ile diğer OECD ülkelerinde çalışma çağındaki kadın nüfusun oranları karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Türkiye’de çalışma çağındaki kadınların sadece yüzde 24.3’ünün çalıştığı ve bunun yüzde 56 oranındaki AB ortalamasının çok gerisinde bulunduğu belirtilmiştir. Türkiye’nin bu oranla, OECD ülkeleri içerisinde son sırada yer aldığına işaret edilmiştir. Rapora göre, OECD ülkelerinde, çalışan kadınların çalışma çağındaki kadınlara oranı yüzde olarak şöyledir (haberx.com, 23 Ekim 2005):

Türkiye (24.3), Meksika (41.3), İtalya (45.2), Yunanistan (45.5), Polonya (46.4), İspanya (49), Lüksemburg (50.6), Macaristan (50.7), Slovakya (50.9), Güney Kore (52.2), Belçika (53), İrlanda (55.89), Çek Cumhuriyeti (56), Fransa (59.6), AB üyesi 15 ülke (57.1), Japonya (57.4), Almanya (59.9), Avusturya (60.1), Portekiz (62.7), Avustralya (62.6), ABD (65.4), Finlandiya (65.5), Hollanda (65.7), Yeni Zelanda (66.5), İngiltere (66.6), Kanada (68.4), İsviçre (70.3), İsveç (71.8), Danimarka (72), Norveç (72.7) ve İzlanda (79.4).

Raporda, Türkiye’de 1990’da çalışma çağındaki kadınların yüzde 33’ünün çalıştığı belirtilmiştir.

Ülkemizdeki iş kadınları ile kadın girişimcileri ele alan araştırmanın bulgularına göre, Türk kadın girişimciler güçlü bir başarı ve bağımsızlık güdüsüne sahip olup, şimdiki işlerini önceki işlerinde herhangi bir biçimde engellenmelerinden dolayı değil, içlerinden gelen kendi işini kurma isteğinin etkisiyle başlatmışlardır. *Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri* başlıklı Türkiye genelinde yapılan bir alan araştırmasının verilerine dayalı çalışmada şu veriler sunulmaktadır: Türkiye’de iş kadınlarının yüzde 56’sı ticaret, yüzde 22’si hizmet, yüzde 13’ü de ticaret ve hizmet sektöründe bulunmaktadır. İşteki durumları, “işveren” ve “kendi hesabına çalışan” olarak betimlenen kadınların iş yaşamına özellikle 1985’ten sonra geçtikleri tespit edilmiştir. Ortalama yaşları 30-39 arası olan bu kadınların yüzde 45’i lise ve yüzde 20’si üniversite mezunu olup, yüzde 50’si de ayrıca bir kursa devam etmiştir. Çoğunluğunun kent kökenli, evli, iki çocuklu, çekirdek ailede yaşayan, baba mesleği ticaret ve anne mesleği de ev kadınlığı olan bu kadınların; yine çoğunluğu, iş kurmayı ilk kez kendilerinin düşündüklerini ve ailelerinin iş kurmalarına destek olduğunu ifade etmişlerdir. İş kadını olmaya içlerinden gelen istekle başlayanlar yüzde 42, evde oturmaktan sıkılmakla geçenler yüzde 10, aile bütçesine katkıda bulunmak için geçenler ise yüzde 23.4 oranlarındadır. Kadınların çoğunluğu, iş yaşamlarındaki çevrelerinin kendilerini desteklediğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda tüketiciler, diğer iş yeri sahipleri, toptancılar ve resmi makamlardaki görevliler iş kadınlarını desteklemektedir. Başlıca sorun olarak, sermaye teminini işaret ederlerken; ayrıca işyeri kiralamadaki güçlükler ile kiralaların yüksekliğinden, mal teminindeki zorluklardan ve işi yürütme bilgisinden yoksun olmalarından da şikâyet etmektedir (Çelebi, 1997: 23)

T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü tarafından 1995 yılında yapılan çalışma sonuçlarına göre, 1994’te kadınların sahip olduğu mikro ve küçük ölçekli işletmelerin oranı yaklaşık yüzde 28 civarındadır. Rapora göre, kadınların mikro ve küçük ölçekli işletmelere olan katkıları giderek artmaktadır. Bu artıştaki en büyük sebebin, kötüleşen ekonomik şartlar olduğu ve bu nedenle kadınların artan sayılarda çalışma yaşamına yöneldikleri belirtilmektedir (Kssgm, 2000: 28-30).

Değişik ülkelere ait bazı sayısal verilerse, Ufuk ve Özgen tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada şu şekilde ifade edilmektedir (2001: 300-301):

Chandra tarafından Yeni Delhi’de yapılan araştırmaya göre, kadınların yüzde 60’ının hiçbir ticari deneyimi yokken, yüzde 50’si

işletmenin tek sahibi, yüzde 45’i üretici ve yüzde 30’u giyim sektöründedir. Bu kadınlar kendilerini “çok başarılı girişimciler” olarak tanımlamışlardır.

Gitobu ve Gritzmacher’in Kenya’nın kırsal bölgesinde yaptıkları araştırmada, Kenyalı kadın girişimcilerin daha çok bakkallık, tarımsal ürün satıcılığı, giyim satıcılığı ile restoran ve gıda servisinde yer aldıkları, temel sorunlarının ise sermaye bulmak olduğu ifade edilmiştir.

Aynı çalışma, Türkiye’de kadın girişimcilerin profilini belirlemeye yönelik ampirik bir araştırma ile sonuçlarına da yer vermektedir. Bu çalışma, Ankara’nın iş yaşamında yer alan 220 evli kadın üzerinde gerçekleştirilmiş ve bu kadın girişimcilerin profillerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Tesadüfi örneklem yönteminin kullanıldığı araştırmada, bilgiler yüzyüze görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Araştırmada, bu kadınların ortalama aile üye sayısı 4 ve yaş ortalaması 39 olarak ifade edilirken, yüzde 44.1’inin de yükseköğretim mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu kadınların yüzde 25.5’i giyim satış sektöründe çalışırken, yüzde 16.8’i terzi ve yüzde 13.6’sı ise kuaför ve güzellik salonu işleticisidir. Örneklemin ortalama girişimcilik süresi 5 yıldır. Bu kadınları girişimci olmaya iten üç faktör ise, aile ihtiyaçlarını karşılamak, sosyal ilişkiler kurmak ve kişisel tatmin olarak belirlenmiştir. Başlangıç aşamasındaki en önemli sorunlar sermaye temini, bürokratik süreçler ve iş yaşamında hiçbir tecrübelerinin bulunmamasıdır. Girişimciliğe ilişkin kişilik özellikleri, özgüven, cesaret, iletişim becerisi, sabırlı olmak ve tevazudur. Bunların yüzde 88.6’sı da, iletişim becerisi, özgüven, cesaret, sabır ve tevazu özelliklerinden dolayı kendilerini başarılı girişimciler olarak tanımlamıştır.

## **6. KADIN GİRİŞİMCİLERİN HAREKET NOKTALARI VE ÖNEMLİ ÖZELLİKLERİ**

Çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan ampirik çalışmalarda, girişimcilerin birçok ortak özellikleri taşıdıkları ve bu özelliklerin onları kendi işlerini kurma konusunda harekete geçirdiği ortaya çıkmıştır. Bunlar;

- Başarma ihtiyacı,
- Risk alabilme eğilimi,
- Bağımsız olma arzusudur.

Bunların yanı sıra, araştırmacılar bir girişimcinin başarılı olabilmesi için hangi özelliklere sahip olmaları gerektiğini de sıralamaya çalışmışlardır:

- Doğru karar alabilme,
- Geleceği planlayabilme,

- Zamanı iyi değerlendirebilme özellikleri gelmektedir.

Bu çalışmaların yanı sıra, daha birçok araştırma kadın girişimciler üzerinde durmuş ve onların psikolojik özelliklerini, güdülerini ve ilham kaynaklarını incelemiştir. Dhillon ve Malhotra tarafından Delhi’de yapılan bir araştırmanın sonucuna göre, kadınların girişimci olmalarındaki güdüler sırasıyla Tablo 4’deki gibidir. Tabloya göre, kadın girişimcilerin kendi işlerini kurmaları konusunda en önde gelen güdüler, başarıma ve kendi ilgi alanının peşinde koşma isteğidir. Bu iki güdü, Hisrich ve Brush’ın Batı’da yaptığı çalışma sonuçlarıyla da benzerlik göstermektedir. Başlıca diğer sebepler ise, işinde bağımsız olma isteği ile parasal ihtiyaçlardır (Dhillon, 1993: 86-87)

**Tablo 4: Kadınların Girişimci Olmalarındaki Güdüler**

GÜDÜ	SIKLIK	YÜZDE
1. Hırs	11	27.5
2. Kendi İlgi Alanı	11	27.5
3. Bağımsızlık	5	12.5
4. Finansal Zorunluluklar	4	10.0
5. Konforlu Bir Yaşam Düzeyi	4	10.0
6. Meşgul Olma Arzusu	2	5.0
7. Konforlu İkili Bir Rol	1	2.5
8. Yatırım	1	2.5
9. İstihdam Yaratma İsteği	1	2.5

Hisrich tarafından yapılan bir başka çalışmanın sonuçlarına göre, asıl güdü bağımsız olma arzusudur; bunu iş tatminine ulaşma, kendini gerçekleştirme, fırsatları değerlendirme, para kazanma, statü ve prestij kazanma, güç kazanma, ekonomik gereklilikler ve kariyer güvenliği ihtiyacı takip etmektedir (Gürol, 2000: 241).

Kadın ve erkek girişimcileri motive eden nedenleri karşılaştırma amacıyla Goffee ve Scase tarafından yapılan çalışmada, kadınların ev ve iş yaşamında ikinci planda kalmaktan kaçmak için girişimciliğe yöneldikleri vurgulanmıştır. 35 erkek ve 34 kadın girişimci üzerindeki araştırma sonuçları, kadınların genellikle işle beraber annelik rollerini daha iyi gerçekleştirmek için girişimci olduklarını gösterirken, buna karşılık erkekler para kazanma arzusu nedeniyle girişimci olmaktadır. Bu sonuçların ortaya çıkması, kadın ve erkeklerin toplumdaki farklı sosyal sorumluluklarına -kadınların çocuklara bakmak, erkeklerinse para kazanmakla yükümlü olmasına- bağlanmıştır (Cromie, 1987: 259).

Onural, Türkiye’de girişimci kadınların iş kurma nedenlerini aşağıdaki şekilde ifade etmektedir (Arat, 1993: 27-28):

- Zamanı daha iyi kontrol altına alıp, çocuklarıyla daha fazla ilgilenebilmek,
- Çalıştığı işyerinde hak edilen konuma gelinebilmesi sonucunda istifa edip, iş bulamayınca kendi işini yaratmak,
- Eşinin ölümü veya işten çıkarılması sonucunda aileyi ayakta tutabilmek için iş kurmak,
- Kendi kendisinin patronu olma isteği.

Onural bu faktörleri, *itici* ve *çekici* faktörler olarak ikiye ayırarak; itici faktörleri, kadınları kendi işlerini kurmaya mecbur eden eşin ölümü ve boşanma şeklinde tanımlamış, çekici faktörleri ise konuya ilgi, mücadele ruhu, istek ve pazar fırsatı yakalamak şeklinde ifade etmiştir.

Kurtsan, kadınları kendi işlerini kurmaya ve kendilerinin patronu olmaya iten faktörleri; iş ortamındaki hayal kırıklıkları, huzursuzluklar, hak ettikleri değerin verilmemesi, fark edilmediklerini düşünmeleri, işlerinde ilerlemelerinin engellendiği hissi, patronları için yapmakta oldukları işleri kendileri için yapma isteği ve zaman içinde bambaşka girişimci bir fikrin oluşması olarak sıralar (<http://www.insankaynaklari.com>).

Bowen ve Hisrich (1986: 404), kadın girişimcilerin özelliklerini araştırmış ve onların işletme konusunda olmasa da genel olarak iyi bir eğitime sahip olduklarını, kontrol alanlarının yüksek olduğunu, diğer kadınlara göre daha erkeksi veya değerlerinde daha kararlı olduklarını, büyük olasılıkla girişimci bir babaya sahip olduklarını, ailenin ilk veya tek çocuğu olduklarını, erkek egemenliğinin olduğu alanlara daha az rağbet ettiklerini, çoğunlukla evli olduklarını, nadiren büyük bir işletmeye sahip olduklarını ve iş konusunda eğitime ihtiyaç duyduklarını ortaya koymuşlardır.

## 7.KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI SIRLARI

Görüldüğü gibi, kadınların girişimcilik alanında başarılı olma nedenleri birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Bunlardan Hatlen'in yaptığı araştırma sonuçlarına göre, kadın girişimciler (Gürol, 2000: 243);

- Yönetim stillerinde nispeten demokratik ve hümanistik olmaları,
- İnsan ilişkilerinde daha katılımcı olmaları,
- Bir girişimci olarak mücadelecisi bir karaktere sahip olunması gerekliliğine karşın, dikkatli, risk alma konusunda ihtiyatlı, mantıklı, yaratıcı ve sezgilerine güvenli olmaları sebebiyle başarıya ulaşmaktadırlar.

Ayrıca kadınlar yeni bir girişim oluşturma yanında, girişimi geliştirme ve başarılı bir kuruluş haline getirme konusunda daha uzun vadeli düşünmekte, işletmenin nitelik ve standartları, hizmet kalitesi, işletmenin piyasada saygın bir kuruluş olarak yerini alması konularına daha çok önem vermektedirler.

Dhillon ve Malhotra tarafından yapılan çalışmanın diğer sonuçlarına göre, kadın girişimciler başarılı olmak için gerekli en önemli faktörün “çok çalışmak” olduğu inancını taşımaktadırlar. Bu girişimciler yüksek düzeyde kişisel risk almaya istekliken, yetki ve sorumluluk verme konusunda orta düzeyde risk alma eğilimindedirler. Çalışma sonuçları aynı zamanda, kadın girişimcilerin yüksek başarıma ihtiyacı sahibi, bağımsız, karar alabilen, plan yapabilen ve zaman yönetiminde iyi kimseler olduklarını ortaya çıkarmıştır. Genel olarak bu çalışmada, tipik bir kadın girişimcinin, girişimcilik ile bağlantılı olarak bağımsızlıktan hoşlandığı, büyük hayalleri ve hırsları olduğu, rekabet konusunda pozitif yaklaşımlara sahip bulunduğu -örneğin kaliteyi arttırmak gibi-, problemlerle başa çıkmada kendine güvendiği ve başarının anahtarının çok çalışma olduğunu düşündüğü görülmüştür (Dhillon, 1993: 101).

Kalleberg ve Leicht da (1991: 154-157), yaptıkları çalışmada değişik endüstrilerde bulunan küçük işletmelerin başarılarını, yöneticilerinin kadın ve erkek oluşuna göre karşılaştırmışlardır. Kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerin, literatürde birçok dezavantajının olduğuna -örneğin tecrübe eksikliği, aile rolleri, zayıf iş bağlantıları, vs- inancın yüksek olmasına rağmen, bu işletmelerin erkeklerin sahip olduğu işletmelere göre daha az başarılı olmadıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, kadın ve erkeklerin sahip oldukları işletmelerin büyüme sırasında benzer gelir artışlarına sahip oldukları da görülmüştür. Ancak rekabetin yüksek olduğu durumlarda, kadınların sahip oldukları girişimlerin daha az ayakta kaldığı gözlenmiştir.

The National Foundation For Women Business Owners tarafından yapılan bir başka araştırmada ise, kadın girişimcilerin erkeklere göre iş ilişkilerine, rakamsal verilere daha çok önem verdiği, başkalarından gelen yeni fikirlere daha açık oldukları ve kararlarını daha çabuk uygulamaya koyduklarına işaret edilmiştir (<http://www.insankaynaklari.com>).

## **8.KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIĞI PROBLEMLER**

Bir işletmenin büyümesi zor iştir. Kadın ve erkek bütün girişimciler, büyüme sırasındaki tüm problemlerle başa çıkmak zorundadır. Ancak kadın girişimciler, bunlar yanında daha başka sorunlarla da uğraşmak zorundadırlar.

Girişimcilerin girişim sürecinde -yeni bir yatırımın başlatılması ve geliştirilmesi sırasında- çözmek zorunda oldukları problemler, diğer yöneticilik süreçlerinde var olmayan ancak girişimciliğe özgü birtakım problemlerdir. Girişimciliğe özgü bu problemler, 4 farklı başlık altında sıralanabilir (Hisrich, 1989: 15):

- Bir fırsatın fark edilmesi ve değerlendirilmesi,
- İş planının hazırlanması,
- Gerekli olan kaynakların belirlenmesi ve temin edilmesi,
- Kurulan işletmenin yönetilmesi.

Ancak kadın girişimciler, yukarıdaki problemlerle ilgilenmenin yanında, daha pek çok soruna da çözüm bulmak zorundadırlar. Bunlar, aileleri, eğitimleri, salt kadın olmaları, gerekli iş bağlantılarına sahip bulunmamaları ve yeterince tecrübe sahibi olmamalarıyla ilgilidir. Bütün bu problemler, kadın girişimcileri kişisel olarak işlerini geliştirme ve yönetme konusunda etkilemektedir (Sexton, 1989: 187).

Çelebi'nin yaptığı bir araştırma, Türkiye'deki kadın girişimcilerin karşılaştığı problemleri üç temel kategoride incelemektedir (1997: 39-40):

#### **İş Kurma Aşamasındaki Sorunlar:**

- Sermaye temini
- İşyeri arama, kiralama
- Mal temini
- Donanım, araç, gereç temini
- Resmi kuruluşlarla ilişkiler
- Acemilik, yalnızlık ve işi organize edememe
- Toplumun iş kadınına alışkın olmaması

#### **İşyeri Kurulduktan Sonraki Sorunlar:**

- Acemilik, tecrübesizlik, müşteriyle ilişkiyi bilmeme, işi yürütmeye bilgisizlik
- Müşteri azlığı, parasızlık
- Para sorunu
- Yalnızlık, kadın olma, kendini kabul ettirme
- Personel temini
- Piyasadaki istikrarsızlık
- Ödemeler, senetler

**Mevcut Sorunlar:**

- Müşteri azlığı,
- Resmi kuruluşlar
- Kalifiye eleman bulamama
- Ucuz hammadde- mal temini
- Kaliteli hammadde- mal temini
- Enflasyon

Bu problemlerden belki de en önde geleninin, finansal kaynaklı problemler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu problem bütün girişimcilerin sorunu olmakla beraber, kadın girişimciler için daha büyük sorun yaratmaktadır. Bunun iki sebebi vardır:

Birincisi, kadınlar finansal güvenilirliklerini belgeleyecek finansal kayıtlara sahip olmadıklarından, genellikle borç veren kuruluşlarla zorluklar yaşamaktadırlar. Borç veren kuruluşlar iş tecrübesi, pazar şartları, üretilecek ürün veya servisin yapısı gibi konularla ilgilenmekte; birçok kadın girişimci ise, bu tür bilgilere sahip olmamaları nedeniyle, çoğunlukla kocalarının ve iş ortaklarının desteğini almak veya kendi kişisel birikimlerini kullanmak zorunda kalmaktadırlar.

İkincisi, çoğunlukla kadın girişimcilerin finans konusunda -özellikle finansal planlama, muhasebe, operasyon ve parasal konularla ilgili anlaşmaların yapılması alanlarında- yeterli tecrübe ve kabiliyetlerinin olmamasıdır. Bu bulgular, yapılan bir araştırmayla kadın girişimcilerden alınan cevaplar doğrultusunda oluşturulmuştur.

Finansal kaynaklı problemler yanında, kadın girişimcilerin sıkça karşılaştığı bir diğer sorun, iş dünyasında kendilerine gösterilen saygının yetersiz oluşudur. Bu problem, kadın girişimcilerin sayısının artmasıyla azalmaya başlamış olmasına rağmen, birçok girişimci hala bu konunun özellikle işe başlama aşamasında önem taşıdığını söylemektedir. Bu durum, çoğunlukla kadınların daha az bulunduğu işkollarında -örneğin inşaat, imalat, finans, bankacılık gibi alanlarda- ortaya çıkmaktadır (Hisrich, 1989: 20)

Dhillon ve Malhotra tarafından yapılan çalışmada (1993: 90), kadın girişimciler karşılaştıkları en büyük problemlerden birinin çalışanlar ile ilgili olduğunu söylemişlerdir. Bunu, aileyle ilgili taahhütler ile salt kadın olmalarından dolayı karşılaştıkları problemlerin izlediğini belirtmişlerdir.



Yapılan araştırmalar sonucunda, girişimcilerin yüksek başarma arzusuna sahip, dinamik, bağımsız, rekabetçi, yüksek hedeflere ulaşma arzusu taşıyan, riskleri hesaplayarak alan, geleceğe odaklı, devamlı stres altında olan kişiler oldukları ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin sahip oldukları bu karakteristik özellikler, A Tipi kişilik olarak adlandırılan kişilik tiplmesi ile benzerlik göstermektedir. A Tipi kişiliğe sahip kişiler; saldırgan, hırslı, rekabete açık, zamanı yakalama endişesi taşıyan, çevik, sabırsız, işkolik ve stres düzeyi yüksek kişilerdir.

Dhillon (1993:122), girişimcilerin çoğunda bulunan A Tipi kişilikle bağlantılı olarak, kadın girişimcilerin stres düzeyleri, hayal kırıklıkları ve problemlerle başa çıkma mekanizmalarıyla ilgili bir araştırma yapmıştır. Delhi’de yapılan bu araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, ele alınan psikolojik değişkenlerde kadın ve erkek girişimciler arasında pek büyük farklılıklar olmamasına rağmen, A Tipi kişilik çerçevesindeki özelliklerde kadın ve erkeklerin birtakım farklılıklar gösterdikleri görülmüştür. Öncelikle kadın girişimcilerin, erkeklere göre A Tipi kişilik özelliklerini daha çok taşıdıkları ve erkek girişimcilere oranla daha çevik ve daha sabırsız oldukları saptanmıştır. Bunlara ek olarak, kendilerini daha çok stres altında hissettikleri ve daha çok endişe duydukları, bunların sonucunda da daha çok yoruldukları ve gergin oldukları ortaya çıkmıştır. Tabii kadın girişimcilerin bu şekilde hissetmelerine sebep, erkek egemenliğindeki bir alanda kendilerini kabul ettirmeye çalışmaları ve ancak bu şekilde ayakta kalacaklarını düşünmeleri, daha çok çalışmaları ve daha rekabetçi olmaları gerekliliği, problemlerle başa çıkmak için daha pratik yöntemler kullanmaları gerektiğine inanmalarındır.

Bu çalışmada aynı zamanda, kadın girişimcilerin stres altında problemler ile başa çıkmada pratik yöntemleri tercih ettikleri -örneğin başkalarından yardım almak gibi-, buna karşılık erkeklerinse stresle mücadelede problemi görmezden gelmeyi veya reddetmeyi tercih ettikleri görülmüştür (Dhillon, 1993: 110).

Kurtsan’a göre, Türkiye’de kadınlar eğitim eksikliği ve finansman sorunları yüzünden girişimci olamamaktadır. On beş yaşından büyük her 100 kadından 23’ü okuma yazma bilmemekte ve okullaşma oranına açısından erkeklerin gerisinde kalmaktadır. Yükseköğretimde kadınların okullaşma oranı yüzde 16’dır. Oysa kadınların eğitim seviyesiyle birlikte, işgücüne katılımları da artmaktadır; örneğin, yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 70’tir. (<http://www.insankaynaklari.com>)

## 9.SONUÇ

Anlatılanların ışığında, kadınların girişimcilik ve yöneticilik alanlarında erkek meslektaşlarından oldukça geride olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Ülkemizde bu sorunun çözümü, her şeyden önce eğitim ve bilinçlenme sürecini gerekli kılmaktadır. Eğitim olanağına kavuşan ve ailesinden tam destek alan kadınların iş yaşamındaki başarıları göz önüne alındığında, ailelerin kız çocuklarının da eğitimine duyarlılık göstermeleri ve erkek çocukların eğitim imkânlarıyla eşit fırsatlar sunmaları beklenebilir. Ayrıca, çalışma hayatında kadınlara yönelik önyargıların kaldırılmasına ilişkin bir bilincin de hızlı bir biçimde geliştirilmesi gerekmektedir.

Kadınların girişimci olabilmek ve potansiyellerini kullanmalarına olanak sağlamak amacıyla, ihtiyaç duydukları sermaye, bilgi ve eğitim imkânlarına ulaşmaları konusunda hem devletimizin hem de banka ve finans kuruluşlarının daha fazla çaba sarf etmesi önemli bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde, Türk kadınının toplumdaki statüsünü geliştirmeyi amaçlayan ve bu bağlamda kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik önemli ve anlamlı çabalar sergileyen KAGİDER gibi sivil toplum örgütlerinin sayılarının ve faaliyetlerinin hızla geliştirilmesi gerekmektedir.

Kadın girişimciliğinin gelişmesine katkı verebilecek bir diğer önemli sektör de medyadır. Medya kuruluşları kadın girişimciliğini tanıtmak ve özendirmek adına, hem eğitim programları düzenlemeli hem de başarılı iş kadınlarını halka tanıtarak, kadınların ekonomiye ve ülke kalkınmasına verdikleri katkıları açık bir biçimde ortaya koymalıdır. Bu alanda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları ve faaliyetler, basın ve yayın organları tarafından sıklıkla ele alınmalı ve böylelikle bu kuruluşların faaliyetlerine toplum desteği sağlanmalıdır.

**KAYNAKÇA**

ANNA, A., CHANDLER, G., JANSEN, E. ve MERO, N.; (1999), “*Women Business Owners in Traditional and Non-Traditional Industries*”, **Journal of Business Venturing**, 15, ss. 279-303.

ARAT, Necla; (1993), **Türkiye’de Kadın Girişimcilik**, Ankara, Tes-Ar Yayınları, No:7.

ARIKAN, Semra; (2004), **Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Ankara, İkinci Baskı, Siyasal Kitapevi.

BOWEN, D. D. ve HISRICH, R. D.; (1986), “*The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective*”, **The Academy of Management Review**, Vol 11. Iss 2, s.404.

BRAZEAL, Deborah V; (1999), “The Genesis of Entrepreneurship”, **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol. 23, ss. 29-46.

CROMIE, S.; (1987), “*Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs*”, **Journal of Occupational Behavior**, Vol 8. Iss 3. s.259.

CELEBİ, Nilgün; (1997), **Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler**, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.

DHILLON, P. K; (1993), **Women Entrepreneurs – Problems & Prospects**, Blaze Publishers & Distributors,

ECEVİT, Yıldız; (1993) “*Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi*”, **Kadın Girişimcilğe Özendirme ve Destekleme Paneli**; Ankara, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 25 Mayıs.

GARTNER, W. B.; (1985), “*A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*”, **The Academy of Management Review**, Vol. 10., Iss 4, s.703.

GUNDRY, Lisa ve WELSCH, Harold P; (2001), “*The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women-Owned Enterprises*”, **Journal of Business Venturing**, 16, ss.453-470

GUNDRY, Lisa K. ve KICKUL, J. R.; (1996), “*Flights of Imagination: Fostering Creativity Through Experimental Learning*”, **Simulation and Gaming**, Vol. 27, 334-350.

GÜROL, A; (2000), **Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler**, Atılım Üniversitesi Yayını.

HISRICH, R. D.; (1989), **Women Entrepreneurs: Problems and Prescriptions in the Future**, Women-Owned Businesses, Praeger Publishers.

HISRICH, R. D. ve PETERS, M. P.; (1998), **Entrepreneurship**, Fifth Edition, Irwin Mc Graw Hill

HISRICH, R.D. ve PETERS, M.P.; (2002), **Entrepreneurship**, Fifth Edition, McGraw Hill.

KALLEBERG, A. L. ve LEICHT, K. T.; (1991), “*Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success*”, **The Academy of Management Journal**, Vol 34. Iss 1.,ss.154-157.

KURATKO, Donald ve HODGETTS, Richard M; (1995), **Entrepreneurship**, Third Edition, The Dryden Press.

KRUEGER, Norris JR, REILLY, Michael D. ve CARSRUD, Alan L.; (2000) “*Competing Models of Entrepreneurial Intentions*”, **Journal of Business Venturing**, Vol. 15, Iss. 5-6, s. 411.

LERNER, M., BRUSH, C. ve HISRICH, R.; (1997), “*Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance*”, **Journal of Business Venturing**, 12, ss.315-339.

MORRIS, M. H. ve DAVIS, D. L.; (1994) “*Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross- Cultural Comparisons of the Importance of Individualism Versus Collectivism*”, **Journal of International Business Studies**, Vol. 25, Iss. 1, s. 65.

SEXTON, D. L.; (1989), “*Research on Women-Owned Businesses: Current Status and Future Directions*”, **Women-Owned Businesses**, Praeger Publishers.

UFUK, H. ve ÖZGEN, Ö.; (2001), “*The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample From Turkey*”, **International Journal of Consumer Studies**, 25,ss.299-308.

T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü; (2000), **Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi**

<http://ucansupurge.com> (Alınma Tarihi:1.12.2005)

<http://www.insankaynaklari.com>, Türkiye’de Girişimci Kadının Konumu, Meltem Kurtsan, (Alınma Tarihi: 1.12.2005)



